Наталья Рябова
Ковзель Иван



Как воспитать «зеленого» потребителя? Идеи, программы и практики

Методическое пособие

Как воспитать «зеленого» потребителя. Методическое пособие/
Н. Рябова, И. Ковзель**.** – Минск. Экодом. 2007. – 73 с.

Чего мы хотим – превращения планеты в свалку или безопасного и гармоничного мира? Если наша цель – «экологически чистое» будущее, то именно нам и предстоит превратить растущий рынок в «экологический». Ведь каждый из нас обладает *властью потребителя*.

Как определить, какие товары вредят окружающей среде, а какие нет? Каковы критерии «зеленого» (экологически дружественного) потребления? Как убедить взрослых и научить детей делать правильный выбор? Данное пособие включает в себя основы «теории» зеленого потребления, а также практические методы образовательной и просветительской работы с населением, приводящие не просто к повышению осведомленности, но и к изменению потребительских привычек. В пособии сделан обзор разнообразных форм и методов образовательной работы с взрослыми и детьми, а также подробно описаны программы конкретных образовательных мероприятий. При разработке предложенных в данном издании образовательных и просветительских программ использовались принципы концепции «Образование для устойчивого развития», рекомендованной ООН к внедрению во всех странах мира.

Пособие адресовано широкому кругу специалистов, работающих в области образования и просвещения – учителям средних школ, педагогам и методистам внешкольных учреждений, представителям общественных организаций. Также оно может быть полезно представителям коммерческих предприятий, заинтересованным в изменении потребительских привычек населения.

Для разработки пособия была создана рабочая группа «Образование для устойчивого развития», в которую вошли представители общественного объединения«Экодом», экологической группы ФРИ, общественного объединения «Белорусское общество защиты потребителей», Шумилинского отделения общественной организации «Ахова птушак Бацькаўшчыны», Областного общественного объединения «Гомельская ассоциация детей и молодежи АСДЕМО», Могилевского городского общественного экологического информационного объединения «ЭНДО».

Редактор – Наталья Рябова
Оформление – Сергей Лапуть
Верстка – Инна Жизневская
Корректор – Ирина Близнец

Тираж 299 экз.



ОО «Экодом»





Содержание



Введение

Зеленое потребление – не новая мода, это новое качество жизни

Чаще всего в вопросах потребительского выбора мы ориентируемся на существующие в обществе стереотипы, которые которые диктуют нам: это – хорошо, а это – плохо, это – престижно, это – нет. Стремясь повысить свое качество жизни здесь, в Беларуси, мы порой ориентируемся на устаревшие модели, обуславливающие избыточное и показное потребление, нерациональное и чаще всего расточительное поведение в быту. Стремясь достигнуть уровня западного потребления двадцатилетней давности, мы не замечаем, что в Европе все более приемлемым считается экологический стиль жизни, следствием которого становится и новое понимание качества жизни. Почему? Потому что прогрессирующее ухудшение состояния окружающей среды ставит человечество перед необходимостью принятия новых ценностей и приоритетов, более адекватных современной ситуации. Теперь под качеством жизни понимается не столько уровень нашего потребления (чем больше, дороже и престижнее – тем лучше), сколько наличие необходимого для полноценной жизни и здоровья человека окружения. Это – чистые воздух и вода, безопасные продукты питания, радующие глаз и дающие возможность отдыха ландшафты вместо удушающей и оглушающей атмосферы мегаполисов, а также соответствующий естественным потребностям человеческого организма ритм жизни вместо порождающей постоянный стресс гонки за карьерой, деньгами и статусом.



Можем ли мы хотя бы один день прожить без покупок? Действительно ли так уж необходимы нам все те товары, которые мы покупаем? Безопасны ли они для нашего здоровья, не вредит ли их производство окружающей среде? Станем ли мы счастливее, если купим еще одну вещь?

Если мы хотим, чтобы наш мир был «экологически чистым», то именно нам и предстоит превратить наш растущий рынок в «экологический». Ведь каждый обладает ***властью потребителя***.

Совсем не обязательно немедленно отказываться от привычных удобств или продуктов, совершать над собой чрезмерные усилия или бороться с собственной совестью. Достаточно просто немного больше уделять внимания своим покупкам, интересоваться дополнительной информацией о них. Тогда можно обнаружить новые товары, которые ничуть не хуже привычных, но гораздо менее вредоносны для окружающей среды. Как определить, какие товары вредят окружающей среде, а какие нет? Каковы критерии «зеленого» (экологически дружественного) потребления? Как убедить взрослых и научить детей делать правильный выбор? Данное пособие включает в себя основы «теории» зеленого потребления, а также практические методы образовательной и просветительской работы с населением, приводящие не просто к повышению осведомленности, но и к изменению потребительских привычек.

Экологический стиль жизни в современной Европе – это модно. Мы хотим ввести эту моду и у нас, в Беларуси. В данном издании приведены успешные примеры и практики образовательных программ для разных целевых групп, уже реализованные



в нашей стране. Пособие содержит описание образовательных программ и подборку методов по теме «Зеленое потребление» и может быть полезно педагогам, работающим как в государственных учреждениях образования, так и в общественных организациях.

При разработке представленных здесь образовательных программ авторы опирались на принципы *образования для устойчивого развития* – новой концепции, рекомендованной ООН к применению[1] – поэтому в второй главе мы сделали краткое описание данной концепции.

[1] В 2005 году началась провозглашенная ООН декада (десятилетие) образования для устойчивого развития. Беларусь, как страна, подписавшая ряд международных соглашений в области устойчивого развития, должна переориентировать все образовательные программы в соответствии с принципами образования для устойчивого развития.

Глава 1.

Основные принципы зеленого потребления. Развитие потребительского движения в Беларуси

Власть потребителя

Производитель выпускает только то, на что есть спрос: если продукцию перестают покупать, то ее рано или поздно снимают с производства. А когда появляется спрос на новую продукцию, то компании начинают соперничество между собой – кто лучше, больше и, главное, дешевле ее произведет. Таковы законы рынка.

Поэтому если мы, потребители, начнем предпочитать экологически чистую продукцию, производители начнут больше ее изготавливать. Когда вы делаете свой выбор в пользу экологической продукции, важно понимать и помнить, что значение имеет не только ее качество или влияние на здоровье. Кроме них важны такие критерии, как:

- безопасность производства для окружающей среды;
- качество и количество упаковки;
- срок службы продукции и качество ее изготовления;
- возможность ее использования в другом качестве после окончания срока службы;
- способ утилизации отходов после употребления продукции;
- расстояние, которое перевозится продукт.

Последний пункт важен по нескольким причинам: при перевозке тратится энергия, время и деньги, загрязняется окружающая среда, а, покупая продукты местного производства, вы укрепляете местную экономику.

Не секрет, что для многих из нас важным критерием при выборе покупки является цена. Нередко можно услышать сетования, что экологически чистая продукция стоит дороже и это так. Действительно, цены на экологическую продукцию выше еще и потому, что в них заложена стоимость безопасной утилизации отходов.



В то же время, следует помнить – экологически чистая продукция содержит меньше опасных для нашего здоровья компонентов. А сколько, по вашему, стоит ваше собственное здоровье и здоровье ваших детей? Ведь нас не удивляет то, что домик посреди старинного парка на берегу чистого пруда с кувшинками и лилиями стоит дороже такого же, но с видом на оживленную автомагистраль или рядом со свалкой.

К тому же, согласно законам рынка, продукция, на которую есть спрос, становится все дешевле и дешевле, так как производители начинают конкурировать за внимание покупателя и находят способы уменьшить издержки.

Сделайте свой выбор!



Избыточное потребление

Сама по себе рыночная экономика не плоха и не хороша – это просто механизм, которым можно пользоваться умело или неумело, принося пользу обществу или причиняя ему вред.

Избыточное потребление – один из побочных эффектов рыночной экономики. Производители стараются расширить предложение продукции, чтобы удержать свои позиции на рынке, и стимулируют спрос всеми возможными способами – от привлекательной упаковки до изощренных способов рекламы. Они делают все, что могут, чтобы выиграть в конкурентной борьбе, но это не значит, что мы должны позволять собой манипулировать. Производитель предлагает – покупатель выбирает. Если мы осознанно относимся к своим покупкам, то мы:

- покупаем только то, что нам действительно нужно, а, значит, не создаем ненужного хлама ни в своем доме, ни на свалках;
- выбираем лучшее, а, следовательно, поддерживаем производителей, которые заботятся о качестве и учитывают интересы потребителей;
- делаем бизнес социально ответственным: если покупатели ведут себя осознанно, то заботиться об окружающей среде и уважать своего потребителя становится выгодно для производителей.

Почему мы покупаем?

Не только по необходимости и не только для удовольствия или удобства – покупки отражают наш стиль жизни. Мы покупаем, чтобы утвердить и повысить свой статус, чтобы быть как все или, наоборот, чтобы отличаться от других. И, конечно потому, что на нас оказывает давление гигантский аппарат, который тратит миллиарды, чтобы побудить нас покупать больше. Мировые затраты на рекламу в 2005 году составили $ 570 млрд.

Задумайтесь о своих недавних покупках. Есть ли что-нибудь, что вы не используете или без чего легко могли бы обойтись? В следующий раз, когда вы почувствуете желание купить что-то незапланированное, остановитесь на несколько секунд и задайте себе такие вопросы:

- Почему мне вдруг захотелось купить эту вещь?
- Привлекает ли меня сам товар или на меня повлияла реклама?
- Наполнит ли эта вещь мою жизнь радостью или только займет лишнее место?
- Есть ли какая-нибудь закономерность в моих покупках? Делаю ли я больше ненужных покупок в плохом настроении?

Станьте покупателем–профессионалом

Будьте уверенным, сознательным покупателем, покупателем-профессионалом. Покупки для здоровья, пользы и удобства – вашего и окружающей среды – замечательный критерий выбора. Учитывайте также последствия каждой из покупок для окружающей среды. Не наносит ли вред производство данного товара и упаковки для него окружающей среде (а, значит, и качеству вашей жизни, вашему здоровью)? Не пополнит ли горы мусора ненужная упаковка? Возможно ли вторичное



использование товара после его использования? Не купили ли вы товар, привезенный издалека, в то время как рядом находился качественный местный аналог? Жить в гармонии с окружающей средой – значит жить экологично. Это становится не просто модой, но и нормой для многих людей во всем мире.

Прежде чем начать учить других принципам зеленого потребления, **попробуйте сами:**

- Приучить себя всегда проверять сроки годности продукции, просить предъявлять сертификаты на подаваемую продукцию и при необходимости возвращать некачественный товар.
- Всегда внимательно читать информацию о товаре на упаковке или ярлыке.
- Выяснить, подвергается ли упаковка вторичной переработке, сделана ли она из возобновляющихся материалов, не токсична ли она.
- Выбирать товары с минимальным количеством упаковки.
- При прочих равных условиях выбирать товары местного производства.
- Выбирая товар, убедиться, что он сам, его применение или утилизация не наносят вред окружающей среде и организму человека.
- Покупать товары с экомаркировкой.
- Планировать свои покупки, не покупать ненужных вещей.

Это и есть основы зеленого потребления.

Планируя свои покупки, отдавая предпочтение товарам, не наносящим вред окружающей среде и вашему здоровью, вы как профессиональный покупатель вынуждаете производителя и продавца поставлять на рынок только такую, экологически дружественную продукцию.

Побочный положительный эффект: в вашем доме будет меньше хлама, а в семейном бюджете останется больше денег.

Развитие западно-европейского и мирового потребительского движения[1]

Движение в защиту потребителей в Беларуси – это молодое движение по сравнению с мировой практикой. Американское происхождение консьюмеризма (от англ. consumer – потребитель) не означает, что это чисто американский феномен. За последние 25 лет, в эпоху глобализации информации, денег и рынков, консьюмеризм обрел глобальные масштабы. Организации потребителей существуют сегодня во многих странах мира. В Великобритании – это Ассоциация потребителей (Consumers Association), в Германии – союз потребителей рабочего сообщества. Потребительские организации на постсоветском пространстве объединяет Международная конфедерация обществ потребителей.

Все эти организации находятся под эгидой Международной организации потребителей, которая была создана в 1960 году. Она призвана обеспечивать международное сотрудничество своих членов и организаций, входящих в ее состав, а также координировать деятельность этих организаций.

[1] Материал предоставлен ОО «Белорусское общество защиты потребителей»



В Западной Европе консьюмеризм сегодня в значительной степени концентрируется на экологии и имеет экологические корни – в этом его отличительные особенности от потребительского движения постсоветского пространства. В начале 1980-х годов за рубежом движение «зеленых» получило статус политического, выдвинув протест против ущерба, наносимого кислотными дождями европейским лесам. Начиная с этого времени роль «зеленых» росла, они оказывали давление на все уровни управления в странах Западной Европы, участвуя в работе парламентов. Например, в 1995 году из 656 членов Европарламента 25 человек представляли партии зеленых европейских стран. В результате госструктуры предъявили экологические требования к производителям.

В результате реакции европейского бизнеса появились экологически дружественные продукты. В Британии стали производить пленки из небумажного сырья. Германское федеральное Агентство защиты среды учредило ярлык «Голубого Ангела» для продуктов, дружественных экологии. В Бельгии была создана линия чистящих средств, не загрязняющих окружающую среду.

В ФРГ экологические проблемы имеют государственный приоритет, интересы экологии отстаивает Министерство окружающей среды. Система тотального разделения всех отходов в этой стране носит характер чуть ли не государственной идеологии. В мае 1998 года правительством ФРГ приняты правила утилизации устройств информационной, офисной и коммуникационной техники. Согласно новому порядку производитель *обязан* принимать старые отслужившие устройства с последующей их переработкой на основе природоохранных технологий. Компьютеры и телефоны, находящиеся в частном пользовании, должны сдаваться в местные пункты приема мусора, которые в свою очередь передадут отсортированную электронную рухлядь по адресу производителя.

Немецкие компании ведут свой бизнес в соответствии с традиционной для ФРГ природоохранной политикой. Компания Siemens, отпраздновавшая свой стопятидесятилетний юбилей, создала первый в мире специальный центр, на котором автоматически идентифицируются, сортируются и измельчаются пластмассовые части компьютера. Утилизация старых персональных компьютеров выполняется бесплатно, при этом до 90% материалов может использоваться повторно для изготовления компьютеров. Провокационный вопрос: можете ли вы назвать адрес пункта приема отслужившего холодильника белорусского производства «Атлант» или телевизора «Горизонт»? Для Беларуси задача утилизации отслуживших компьютеров (черной сборки), телевизоров, холодильников и другой бытовой техники, является одной из приоритетных, наряду с организацией вторичной переработки упаковки и утилизации опасных отходов.

Проблемами создания общества, ориентированного на рециркуляцию, все больше озабочено правительство Японии, где на уборку мусора тратится 300 тыс. йен на одного человека. Министерство промышленности страны разработало концепцию общества без отходов. С 1992 года здесь действует закон о стимулировании использования вторичного сырья. В одном из городов Японии действует программа ежемесячного сбора вторсырья по девяти категориям с выплатой денежных призов участникам. В 1995 году в стране был принят закон о стимулировании сортированного сбора мусора и утилизации тары и упаковочных материалов. Японские бизнесмены начали конкурировать за общественное признание в области создания экопродукции.

В Голландии, как и во всем мире, большой популярностью пользуются прохладительные напитки в больших пластиковых бутылках. Однако стоят такие бутылки довольно дорого и не из-за стоимости напитка, а из-за того, что практически половину стоимости товара составляет стоимость собственно бутылки. При этом в каждом магазине открыт пункт по



приему пустых пластиковых бутылок, где вам вернут уплаченные при покупке деньги. Таким образом голландских потребителей поощряют не выбрасывать эти бутылки где попало (как это происходит у нас), а сдавать на переработку. Если бы цена бутылки была низкой, то многие поленились бы ее сдавать, но поскольку бутылка стоит недешево – не выбрасывают.

История зарубежного потребительского образования берет свое начало с 60-х годов XX века, с момента образования Международной организации союзов потребителей. Мировое потребительское сообщество одновременно поставило своей задачей не только практическую защиту прав потребителей, но и просветительскую, информационную деятельность, в том числе и развитие потребительского образования. На сегодняшний день образование потребителя – не новый предмет, оно появилось на повестке дня многих организаций потребителей по всему миру. А поскольку штаб-квартира Всемирной организации находилась поначалу в Дании, то северные государства и явились начинателями продвижения потребительского образования в школах. Проблема потребительского образования была и является одним из главных вопросов даже на мировых конгрессах.

Особенности потребительского движения в Беларуси

Создавая в 1989 году в нашей стране организацию по защите потребителей (БОЗП), учредители ставили цель: защитить потребителя от некачественных товаров, работ, услуг. С течением времени приоритеты менялись, изменилась и политика защиты потребителя. Оказалось, что невозможно защитить каждого конкретного потребителя, поэтому необходимо потребителя образовывать, информировать, просвещать.



В соответствие с политикой международного потребительского движения и приоритетами в области защиты прав потребителей, продекларированными на XXI век, ОО «БОЗП» считает приоритетными направлениями информирование и просвещение потребителей.

Потребители информируются о качестве товаров, работ, услуг. Проводятся исследования – тестирование продуктов питания, товаров народного потребления – результаты испытаний доводятся до потребителя через СМИ, а также через сайт ОО «БОЗП». Особое внимание обращается на информирование сельских потребителей. Для них проводятся дни информации, семинары, организовываются консультационные пункты, «горячие» линии для потребителей и другие мероприятия.

Еще одно немаловажное направление – продвижение потребительского образования школьников: увеличение количества школ, изучающих курс «Основы потребительских знаний», проведение конкурсов очных, заочных, например, конкурсов творческих работ, молодежного лагеря и т.п.

Просветительскую работу в области зеленого потребления в Беларуси проводит также ряд экологических общественных организаций. Опыт этих организаций, примеры успешных образовательных и просветительских практик, реализованных в Беларуси, приведены в четвертой главе данного пособия.



Глава 2.

Как воспитать «зеленого» потребителя? Образование для устойчивого развития

Чтобы изменить привычки людей, в том числе и потребительские, недостаточно призывов и разъяснений. Именно по этой причине разрабатываются и вводятся в педагогическую и просветительскую практику инновационные, активные методы обучения, направленные на изменение поведения и мотивации людей.

С 2005 года по инициативе ООН началось *десятилетие образования для устойчивого развития*. Инициативу поддержали многие страны, в том числе и Республика Беларусь. Но, к сожалению, в нашей стране пока мало кто может ответить на вопросы: *Что же такое образование для устойчивого развития? Чем оно отличается от экологического образования? Кто и как должен участвовать в процессе реализации этой инициативы, кроме Министерства образования и школ?*



Данная (пока все еще развивающаяся) концепция образования настолько отличается от образования традиционного, что пришлось ввести в оборот новый термин – образование для устойчивого развития (ОУР) – а не ограничиваться терминами уже существующими (экологическое образование, образование в области окружающей среды, демократическое, целостное или какое-либо иное). В чем же суть этой концепции и в чем заключаются новые образовательные задачи?

Основная цель, которую ставит перед собой образование для устойчивого развития – *дать лицам любого возраста возможность влиять на качество своей жизни и нести ответственность за построение стабильного будущего.* Почему возникла необходимость в появлении новых взглядов на роль образования и его методы, в разработке новой концепции? И, прежде чем рассуждать об образовании для устойчивого развития, следует определиться с понятием самого устойчивого развития.

Устойчивое развитие → это сбалансированное, самоподдерживаемое развитие, улучшающее качество человеческой жизни и одновременно не разрушающее нашу среду обитания. Это развитие, при котором удовлетворение потребностей нынешнего времени не ставит под угрозу возможность будущих поколений удовлетворять свои потребности. Термин был принят на Всемирной Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро в 1992 году, где присутствовали представители 179 государств. К этому времени стало очевидно, что если существующие тенденции развития общества будут продолжаться, то в XXI веке не избежать катастрофы нашей цивилизации. Кризис носит не только экологический характер (исчерпание природных ресурсов, загрязнение окружающей среды, изменение климата и пр.), но и социальный (проблемы неравенства, религиозной и национальной нетерпимости, терроризм, конфликты из-за ресурсов).

Прежний взгляд на мир, взгляд XIX–XX вв, ставил знак равенства между понятиями «развитие» и «экономический рост». Новый взгляд на мир показывает, что



экономическое развитие зачастую вовсе не является развитием, а порой ведет и к деградации.

Устойчивое развитие подразумевает, что внимание уделяется не только экономике, но и в равной мере экологической и социальной сфере. Поэтому образование для устойчивого развития предполагает направленность на ***все*** перечисленные важные сферы человеческой деятельности. Но вопрос состоит не только и не столько в том, чтобы включить в образовательные программы обязательные знания об экологии, экономике и социальной жизни. Задача образования для устойчивого развития ***не заключается*** также и в том, чтобы каждый гражданин любой страны знал, что такое устойчивое развитие, для чего оно нужно человечеству, и какими мерами можно добиться устойчивости. Цель новой концепции образования – подготовить людей к реальной жизни в изменяющемся мире. Прошедшие пятнадцать лет под флагом устойчивого развития показали, что недостаточно простого информирования о возможных будущих катастрофах, недостаточно также обучения экологически или социально приемлемым моделям поведения, недостаточно призывов, штрафов и экономических стимулов. Для того, чтобы научить людей брать ответственность за свои действия, необходимо работать с их мотивацией и системой ценностей, развивать навыки сотрудничества, обучать гражданской активности и демократии действием, а не на словах. Такое обучение необходимо как детям, так и взрослым.

Традиционный подход к образованию основан на изучении отдельных дисциплин, которые зачастую никак не связываются в сознании учащихся в единую целостную картину мира. Тем более эти традиционные дисциплины и уроки не имеют никакой связи с практикой жизни, с ситуациями выбора, общения и принятия решений, с которыми каждый взрослый и ребенок сталкивается каждый день. Образование для устойчивого развития предлагает подходы и методы, позволяющие сделать обучение целостным и тесно связанным с реальной жизнью, развивающим навыки мышления, общения и выбора. ОУР предлагает изучать каждый предмет и явление с разных перспектив: индивидуальной, общественной и глобальной (биосферной). Кроме того, оно предлагает учащимся оценивать все решения (свои и чужие) с этих трех перспектив, чтобы осознавать их возможные последствия. И, наконец, особое значение придается приобретению учащимися навыков совместного планирования и совместных действий, так как в реальной жизни недостаточно знания того, *что надо или не надо делать*. Необходимо уметь воплотить свои замыслы в планы, а затем и в действия. Конечно, при этом приходится взаимодействовать с другими людьми и учитывать их интересы.

Традиционный подход к образованию основывался на концепции «образования на всю жизнь». Образование тесно связано с социальным статусом человека, оно дает возможность занять определенное место в обществе и получить соответствующую этому месту в обществе работу. Поэтому вся официальная, формальная система образования построена таким образом, чтобы человек получал подтверждение своей квалификации – аттестаты, дипломы – проходя через строго определенные ступени: средняя школа, среднее специальное или высшее образование, аспирантура. Но времена меняются – информация, знания, умения и навыки устаревают так же стремительно, как и технические средства, и перемены требуют от нас образования в течение всей жизни. Образование для устойчивого развития направленно не только на школьные программы, но и на работу с взрослыми людьми. Концепция образования для устойчивого развития тесно связана с концепцией *образования в течение всей жизни* и формы такого образования для взрослых разнообразны.

Формы и методы обучения, представленные в этом пособии, основаны на концепции образования для устойчивого развития, поскольку мы считаем ее наиболее



подходящей для работы по изменению потребительских привычек. Предложенные методы подходят для работы и с детьми, и с взрослыми. Основные характеристики этих методов – интерактивность, направленность на работу с ценностями, ориентация на реальную жизнь, обращение к опыту обучаемых. Цель предложенных образовательных программ – способствовать осознанию взаимосвязей в обществе и природе, пониманию последствий собственного поведения, развитию способности брать ответственность за свои поступки и отстаивать свою точку зрения.

Таблица 1. Отличия подходов образования для устойчивого развития (ОУР) и традиционного образования[1]

Раньше	**Сейчас (ОУР)**
Старый взгляд на мир ставил знак равенства между понятиями «развитие» и «экономический рост».	Новый взгляд на мир показывает, что экономическое развитие само по себе не является развитием, а порой ведет к деградации.
Изучение отдельных дисциплин, никак не связывавшихся в сознании учащихся в единую целостную картину мира.	Изучение каждого предмета и явления с разных перспектив: индивидуальной, общественной и глобальной (биосферной). Оценка всех решений с этих трех перспектив, чтобы осознавать их возможные последствия.
Традиционные дисциплины и уроки не имеют никакой связи с практикой жизни, с ситуациями выбора, общения и принятия решений, с которыми каждый взрослый и ребенок сталкивается ежедневно.	Образование для устойчивого развития предлагает подходы и методы, которые делают обучение целостным и тесно связанным с реальной жизнью, развивающим навыки мышления, общения и выбора. Обучаемые приобретают навыки совместного планирования и совместных действий, так как в реальной жизни недостаточно просто знать, что *надо* или *не надо* делать. Необходимо еще уметь воплотить свои замыслы в планы, а затем и в действия, и при этом приходится взаимодействовать с другими людьми и учитывать их интересы.
Концепция «**образования на всю жизнь**». Образование тесно связано с социальным статусом человека, оно дает возможность занять определенное место в обществе и получить соответствующую этому месту в обществе работу. Поэтому вся официальная, формальная система образования построена таким образом, чтобы человек получал подтверждение своей квалификации – аттестаты, дипломы – проходя через строго определенные ступени: средняя школа, среднее специальное или высшее образование, аспирантура.	*Концепция* **«образования в течение всей жизни»** – информация, знания, умения и навыки устаревают так же стремительно, как и технические средства, поэтому полученного один раз образования и диплома не достаточно для активной и плодотворной жизни в современном обществе.
Цель экологического образования – получение научных знаний в области биологии и экологии.	*Цель ОУР* – создание условий, способствующих самореализации и личностному росту учащихся. *Цель ОУР* – дать возможность лицам любого возраста влиять на качество своей жизни как в личных и бытовых вопросах, так и на уровне принятия общественно значимых решений.
Цель экологического воспитания – формирование экологической культуры (заучивание правил целесообразного поведения – не сорить, не курить и т.д.)	
Подход к проблеме взаимодействия природы и общества – антропоцентрический (обычно) либо (иногда) экоцентрический.	*Подход к проблеме взаимодействия природы и общества* – баланс биоцентризма, экоцентризма и антропоцентризма.

[1] Рябова Н., Новикова Т. Обучение демократии. В поисках гармонии: образование для устойчивого развития. Организации гражданского образования. – Мн.: Общественное объединение «Экодом», 2007. – **с. 32-33.**



Этика – определяет отношения между людьми, между человеком и обществом, включает ответственное отношение к окружающей среде как к источнику ресурсов.	*Этика* – включает ответственность не только за ныне живущих людей, но и за будущие поколения (*уважение права будущих поколений на полноценную окружающую среду*), а также за природу (*все живые и неживые сущности имеют собственную внутреннюю ценность и имеют право на существование сами по себе, а не только в качестве ресурсов*).
Отношения человек-природа – субъект-объектные.	*Отношения человек-природа* – субъект-субъектные.

Отношения педагог-обучаемый – субъект-объектные.	Отношения педагог-обучаемый – субъект-субъектные.
Условия, в которых осуществляется образовательный процесс: педагогическая среда (способствует лучшему усвоению учебного материала).	Условия, в которых осуществляется образовательный процесс: образовательная среда (способствует самоактуализации и личностному росту обучаемых).
Роль педагога – в центре образовательного процесса и на вершине иерархической пирамиды учебного коллектива.	Педагог – равный среди равных, его задача не передача информации, контроль за дисциплиной и усвоением знаний, а создание образовательной среды, мотивация и совместное с учащимися достижение образовательной цели.
Способы достижения целей экологического образования и воспитания: - бездумное усвоение разрозненных и оторванных от практики знаний; - система запретов.	Способы достижения целей ОУР: - знания должны быть обретены, открыты, «добыты» самими учащимися (будь они дети или взрослые), лишь тогда эти знания станут для них значимыми; - мотивация учащихся, содействие проявлению социальной активности, направленной на неконфликтное сосуществование с природной и социальной средой.

Формы образовательной и воспитательной деятельности: - лекции, семинары, практические работы; - экскурсии, наблюдения, беседы; - постановка и проведение экспериментов; - инсценировки; - природоохранная деятельность. (ориентация преимущественно на развитие рационального мышления и познавательного поведения).	Формы образовательной деятельности: - активные лекции, интерактивные семинары, практические (исследовательские) работы; - экскурсии, наблюдения, интервью, дискуссии; - постановка и проведение экспериментов не ограничивается лабораторными занятиями; стимулируется участие обучаемых в исследовании собственных привычек; сообщества, в котором они живут; поощряется активное взаимодействие с обществом – опросы, интервью, исследование действием (акции и т.п.) - деятельность, направленная на эмоциональное восприятие природы; на осознание себя и человечества как части природы (глубинная экология; медитации, ритуалы, творчество); - деятельность, направленная на осознание взаимосвязей в широком смысле слова (направленность заданий на реальную жизнь, повседневный опыт обучаемых; анализ ситуаций (кейс-стади); ролевые игры; анализ взаимосвязей на разных уровнях; межпредметное образование; системный подход) - биорегиональный подход: деятельность, направленная на изучение местной территории и местных традиций (исследования); на сохранение традиций местного сообщества (клубная работа, издательские проекты, репортажи, видофильмы, акции и т.п.); на осознание границ биорегионов (учебные визиты и т.п.)



	- работа в малых группах, обучение через сотрудничество, «мозговой штурм»; - активная работа с ценностями и установками: анализ и обсуждение моральных дилемм, ролевые игры, дискуссии; - решение проблемных задач; - природоохранная деятельность с привлечением к участию в решении проблемы разных заинтересованных сторон; - междисциплинарные творческие и учебно-исследовательские проекты, направленные на решение экологических и социальных проблем. Ориентация на создание условий для сочетания рационального и образного мышления, познавательного и деятельностного поведения.



Глава 3.

Формы и методы образовательной работы с разными целевыми группами по теме «Зеленое потребление»

3.1. Формы и методы работы со школьниками

Успешность образовательных программ во многом зависит от их адресной направленности. «Если занятия проводятся в школе, то вся программа должна быть ориентирована на школу. Это предполагает, что продолжительность одного занятия не более 40-45 минут; весь курс должен быть коротким, но интенсивным; группа может быть довольно большой – 25-30 человек»[1]. Однако и для занятий, предназначенных для проведения в школе, существует достаточно широкий спектр форм и методов. В качестве примера далее будут предложены следующие формы работы:

- факультативный курс «Зеленое потребление», проводимый педагогом;
- цикл занятий «Зеленое потребление», который проводится школьниками по методу «Равный обучает равного»;
- школьные экогруппы.

В любом случае, в соответствии с принципами ОУР, встречи не должны напоминать урок, в частности, из них следует исключить длительные поучающие высказывания ведущего.

Целью встреч должно быть формирование адекватного отношения к определенным явлениям, создание стойких убеждений в приемлемости или неприемлемости соответствующих форм поведения, а не стать получение учащимися определенных знаний.

Факультативный курс, который проводится педагогом

Примером может служить программа факультативного курса «Основы потребительских знаний в области безопасности питания, качества товаров и услуг», разработанная общественным объединением «Белорусское общество защиты потребителей» (см. Приложение. Факультативный курс «Основы потребительских знаний в области безопасности питания, качества товаров и услуг», **с. 32**). Содержание данной программы шире принципов зеленого потребления и в целом сводится к получению теоретических знаний, необходимых каждому потребителю. Мы предлагаем в данном пособии более короткую интерактивную программу «Зеленое потребление» (см. Приложение. Цикл внеклассных мероприятий по теме «Зеленое потребление», **с.34**). Ее можно использовать как в качестве самостоятельного курса, так и как часть работы школьной экогруппы или в качестве темы факультативного курса по экологии или устойчивому развитию. В ходе проведения факультативных занятий стоит обращать внимание не столько на информирование, сколько на актуализацию

[1] Свидерская О., Никонович В. Центр равного обучения: идеи и методы. Пособие для координаторов. – Мн., 2007. – с.8.



уже имеющегося опыта и житейских знаний учащихся; широко использовать игровые методы, дискуссии, позволяющие менять существующие социальные установки школьников, либо формировать новые установки. В данном курсе используются те же методы и охватываются те же темы, что и на интерактивных семинарах, экогруппах или занятиях, проводимых мультипликаторами[2] из числа школьников. Мы приводим данную программу в качестве примера, конкретный педагог может адаптировать ее к своим условиям (количество учебных часов, количество учащихся, особенности класса или группы и т.п.).

Занятия для школьников по принципу «равный обучает равного»

Принцип «равный обучает равного» впервые был использован в середине XIX века в английской системе образования, но его широкое распространение началось в конце XX века.

Суть этой педагогической технологии такова: старшеклассники проходят подготовку на специальном тренинге, где получают навыки проведения занятий и достоверную информацию по проблеме. Особое внимание на тренинге по подготовке мультипликаторов уделяется методическим приемам, способствующим грамотной передаче информации сверстникам. В дальнейшем молодые люди разрабатывают собственные просветительские мероприятия на основе полученных на тренинге пособий для ведущих (гайдов), которые включают в себя подробное, пошаговое описание программы с методическими рекомендациями ведущему. В настоящее время принцип равного обучения активно используется в Беларуси в программах по профилактике ВИЧ-инфекции, пропаганде ЗОЖ, образования в сфере прав человека.

Данная технология успешно применяется в молодежной среде, так как подростки склонны больше доверять информации, исходящей от равных себе по возрасту и являющихся носителями схожей субкультуры. Кроме того, подготовив некоторое количество ведущих (мультипликаторов), можно силами самой молодежи охватить значительное количество учащихся просветительскими или профилактическими мероприятиями. Программы, построенные на принципе «равный обучает равного» носят неформальный характер, зачастую проводятся без присутствия взрослых, что позволяет создать доверительную атмосферу между ведущими и участниками программы. Использование интерактивных методов обучения позволяет каждому участнику активно высказывать свое мнение, формировать новые модели поведения, но не только участники программ получают положительный эффект. Сами ведущие-мультипликаторы отмечают, насколько более общительными и уверенными в себе они становятся, проводя подобную работу, насколько захватывает их решение актуальных социальных проблем.

Экогруппы, учебные кружки

Экогруппы (ecoteams) – это разработанная международной неправительственной некомерческой организацией **Global Action Plan International (GAP)** новая форма работы с населением, которая позволила вовлечь в деятельность по устойчивому развитию более 150 тысяч человек по всему миру. В 1992 году на Всемирной конференции в Рио-де-Жанейро был представлен первый опыт экогрупп. Сегодня они успешно работают в 15 странах мира – Бельгии, Дании, Финляндии, Нидерландах, Ирландии, Японии, Южной Корее, Норвегии, Польше, Швейцарии, Испании,

[2] Специально подготовленные подростки, которые распространяют, мультиплицируют (умножают) полученные знания.



Великобритании, Швеции, США, России и Украине. С 2007 года общественное объединение «Экодом» (организация-партнер GAP в Беларуси) работает над развитием экогрупп в Беларуси.

Работа экогруппы построена по принципу встреч друзей или клуба по интересам. Этот метод хорошо подходит для работы со взрослыми – соседи, друзья, коллеги встречаются примерно раз в неделю и обсуждают важные для их ежедневной жизни темы, касающиеся образа и качества жизни. Не менее плодотворно и интересно проходят детские (школьные, внешкольные) экогруппы. Экогруппа анализирует свои ежедневные привычки и поступки с точки зрения того, как они влияют на окружающую среду и качество нашей жизни. По ходу работы группа проводит инвентаризацию своего домашнего хозяйства с экологической точки зрения и решает, что в нем стоит изменить. Экогруппа сама ставит себе цели и определяет, насколько эффективны ее действия. Она не требует от участников глобальных жертв и ограничений в интересах сохранения жизни на планете, а помогает найти единомышленников и заложить основу для более целесообразного образа жизни. Встречи в экогруппах помогают понять, что для достижения глобальных целей важно, чтобы каждый человек на своем месте делал маленькие правильные шаги – свой правильный выбор в обыденных и зачастую рутинных, бытовых ситуациях. Потребительские привычки и принципы зеленого потребления занимают значительное место в содержании занятий экогруппы.





Каждая экогруппа определяет для себя порядок и систему работы. Группа выбирает для себя интересующие всех участников темы, обычно это «Отходы», «Энергия», «Транспорт», «Вода», «Покупки», но группы могут выбирать те темы, которые им ближе, например, некоторые больше интересуются здоровьем или домашней экономией.









Домашняя инвентаризация и измерение уровня потребления ресурсов (аудит или самопроверка) помогают участникам определить точку отсчета перед началом работы. Постепенно участники все более входят во вкус этих «домашних экспериментов» и их обсуждений в группе, шаг за шагом улучшая свое экологическое поведение. Повторная инвентаризация показывает участникам их достижения в конкретных цифрах. К чему могут привести маленькие шаги маленьких экогрупп?

Опыт разных стран показывает, что в среднем экогруппам удается достичь следующих результатов:

- На 40% уменьшить количество мусора в домашнем хозяйстве;
- На 20% снизить потребление чистой воды на хозяйственные нужды;
- На 10-15% уменьшить потребление электроэнергии;
- На 15% снизить потребление топлива.

В масштабах планеты это обнадеживающие цифры!

Экогруппы как метод работы с населением основаны на технологии учебного кружка, основные принципы работы которого следующие:

- добровольность участия;
- обращение к опыту участников;
- равноправие и сотрудничество;
- ответственность участников за процесс и содержание обучения;



- активный вклад каждого участника на каждом занятии;
- неформальная и доброжелательная атмосфера;
- планирование деятельности и разнообразие деятельности на занятиях.



Важную роль в деятельности экогруппы играет ее лидер. Он (она) может быть инициатором создания экогруппы, или, напротив, может быть выбран из числа участников. Иногда участники по очереди лидируют на каждом из заседаний, и тогда в их функции входит обеспечение обсуждения необходимыми материалами, приглашение участников и т.п. Еще один способ – приглашение лидера экогруппы из числа внешних экспертов. Любой из перечисленных подходов может быть эффективным. Функции лидера экогруппы определяются самой группой на стартовой встрече: он может отвечать за организацию встреч и обзвон участников или способствовать полноценному обсуждению выбранной темы занятия в качестве ведущего дискуссии (фасилитатора).

Расписание, периодичность и продолжительность встреч, последовательность обсуждаемых тем определяются участниками на стартовой встрече экогруппы. Разумеется, при такой гибкой форме работы, планы могут меняться по согласованию со всеми участниками, если в этом возникнет необходимость.

Подробное описание работы экогрупп представлено в методическом пособии «Экогруппа: качество жизни или Как спасти планету не напрягаясь?», адаптированном для Беларуси и изданном общественным объединением «Экодом»[3] . ОО «Экодом» оказывает методическую и консультационную поддержку в организации и проведении экогрупп в Беларуси. Адрес электронной почты для контактов: ecohome.by@gmail.com .

3.2. Формы и методы образовательной работы со взрослыми

Как упоминалось выше, экогруппы как форма образовательной работы, хорошо подходят для взрослой аудитории. Далее будут описаны еще две формы, также широко используемые для образования взрослых. Следует заметить, что их также можно с успехом применять для работы с детьми и молодежью.

Просветительские акции

Просветительские акции – это яркое и захватывающее событие и эффективная форма работы с разными целевыми и возрастными аудиториями. К сожалению, у нас в стране просветительские акции пока не являются популярной формой работы с населением, в отличие от традиционных форм образования. Даже коммерческие беларусские предприятия сравнительно недавно начали осваивать акции как инструмент для продвижения и стимулирования спроса.

Просветительская акция в своей основе не отличается от рекламной акции. Любая акция по своей сути представляет создание события. Это действие или ряд действий, направленных на:

- привлечение внимания, сближение с целевой аудиторией;

[3] Экогруппа: качество жизни или Как спасти планету, не напрягаясь. Руководство по домашней экологии. // под ред. Рябовой Н. – Мн.: Global Action Plan International (GAP), Общественное объединение «Экодом»., 2007.





- стимулирование интереса к проблеме (просветительская, социальная акция) или к продукту (коммерческая акция);
- мотивацию к совершению действия (в случае коммерческой акции таким действием является совершение покупки).

Организация и проведение любой акции включает в себя несколько этапов:

- Определение целевой аудитории: на кого направлена акция. *В случае с акциями по зеленому потреблению очевидно, что это потребители, покупатели.*
- Определение мест концентрации целевой аудитории. *В случае с акциями по зеленому потреблению это могут быть магазины, торговые центры.*
- Разработка предложения для целевой аудитории: что организаторы акции хотят сообщить, чего хотят добиться от целевой аудитории. *В случае с акциями по зеленому потреблению это может быть привлечение внимания к проблеме (показать, как наши потребительские привычки влияют на наше здоровье и на окружающую среду) и/или мотивация потребителей к совершению экологически дружественных покупок.*
- Разработка сценария события (действия) – способа донесения предложения до целевой аудитории. Это может быть и очень короткое, но зрелищное событие (перформанс), и более длительное, даже регулярное, взаимодействие с целевой аудиторией.
- Подготовка реквизита: он может быть очень простым (информационные стенды), или сложным (дополнительное оборудование, костюмы, призы и т.п.).
- Подготовка команды промоутеров, если необходимо – их обучение (тренинг) навыкам эффективного общения.

В главе 4 приведены примеры просветительских акций по теме «Зеленое потребление», которые были успешно реализованы в Беларуси.

Интерактивный семинар

Согласно К.Фопелю[4], интерактивный семинар – это интенсивное учебное мероприятие, на котором участники получают знания благодаря собственной активной работе. Необходимые теоретические комментарии, как правило, кратки, акцент делается на групповом взаимодействии в ходе интерактивных игр и упражнений.

В основе интерактивного семинара лежат несколько современных педагогических концепций, позволяющих достигать его эффективности. Это такие концепции как организация многосторонней коммуникации, стратегия активного обучения и теория Дэвида Колба о цикле обучения посредством опыта. Рассмотрим каждую из них немного подробнее.

Многосторонняя коммуникация. В основе традиционно организованного обучения лежит монолог педагога. Это обусловлено главной целью такого образования – передачей от «знающего» (педагог) к «незнающему» (обучаемый), а усвоение этой информации и есть результат обучения. Остается ли здесь возможность для обсуждения предлагаемой информации, для того, чтобы остановиться и задуматься,

[4] Фопель К. Технология ведения тренинга. Теория и практика. – М.: Генезис, 2003.





чтобы выразить свою точку зрения? Возможно, она и есть, но, как правило, ею никто не пользуется. Для традиционного обучения это не является важным, ценным, а поэтому и выбирается **одностороняя форма коммуникации**. Между тем доказано, что информации или знаний самих по себе не достаточно для изменения установок, ценностей, и, следовательно, поведения. А ведь именно изменение потребительского поведения – цель обучения потребителей. Человек может знать одно, говорить другое, а делать третье. Традиционное образование игнорирует этот факт.

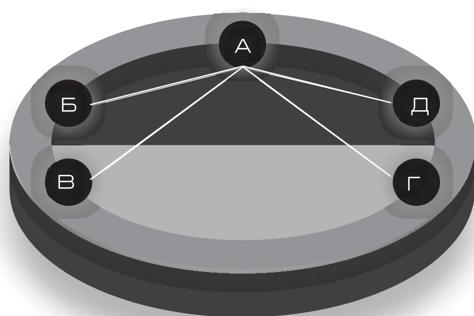


Рис 1. Односторонняя коммуникация

Целесообразность отказа от односторонней модели коммуникации в ходе интерактивного семинара диктуется следующими соображениями:

- Особенности целевой группы при обучении взрослых: взрослые люди часто не склонны второй раз «садиться за парту» и выступать в роли ученика. Более равноправные формы обучения являются мотивирующим фактором для участия взрослых в образовательных мероприятиях. Это не означает, разумеется, что для детей применение односторонней коммуникации является более целесообразным. Авторы выступают за внедрение современных педагогических подходов в систему среднего образования.

- Для достижения целей образования для устойчивого развития, и, в частности, для изменения поведения потребителей в сторону экологически целесообразного,



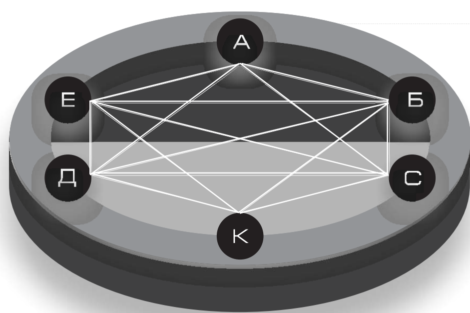


Рис 2. Многосторонняя коммуникация

необходимо сдвинуть приоритет с получения информации на работу с установками и ценностями. Это возможно лишь в случае «открытого столкновения собственных сомнений и противоречий с сомнениями и противоречиями других»[5]. Необходимым условием для этого является наличие возможности для открытого диалога между педагогом и учащимися, между самими учащимися с учетом их знаний, опыта, мнений, взглядов, интересов и позиций.

Такие возможности предоставляет **многосторонний способ коммуникации**.

Создание на образовательном мероприятии плодотворной многосторонней коммуникации возможно лишь при соблюдении следующих условий[2]:

1. Знания, которыми располагает педагог, не должны являться какой-то данностью и быть неопровержимыми.

2. То, что традиционно считалось ошибками в мыслительном процессе обучающихся, должно восприниматься как процесс продвижения к знаниям, как проблема на данном этапе обучения.

3. Изложение педагогом готовой информации не исключается из образовательного процесса, но место и роль этого приема меняются.

Стратегия активного обучения. В контексте активного обучения информация становится знаниями только в том случае, когда (и если) «присваивается» обучаемым самостоятельно. Проиллюстрировать это можно с помощью **«Пирамиды запоминания»**. Чем больше степень участия обучаемых в процессе познания, тем

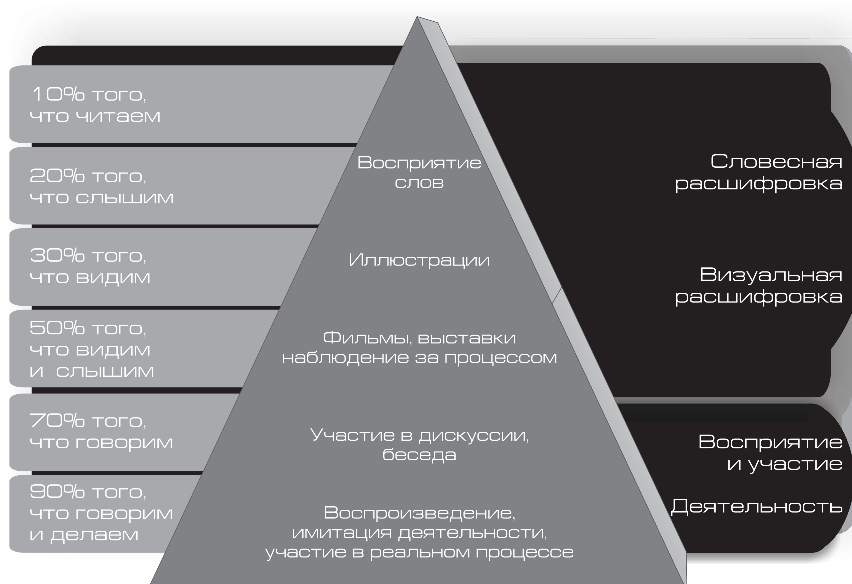


Рис 3. Пирамида запоминания

[5] Григальчик Е., Губаревич Д., Губаревич И. Обучение демократии: полезные «мелочи» для адукаторов. – Мн.: Социально-педагогическое общественное объединение «Чазения», 2006. – с.



больше информации присваивается, а, следовательно, усваивается ими. Однако польза от активности обучающихся не ограничивается только количеством информации, которую они запомнили. Если мы ставим целью изменение потребительских привычек, то это потребует проявления от обучаемых собственной активности в социальной жизни, умения не только декларировать ценности, но и поступать в соответствии с ними даже в условиях не толерантной к изменениям внешней среды.
К сожалению, экологически дружественный стиль поведения пока не слишком популярен в нашем обществе, поэтому те, кто делает свой сознательный выбор, должны иметь определенные навыки принятия решений, общения, убеждения, сотрудничества, и поиска единомышленников. Приобрести такие навыки позволяет интерактивный семинар, построенный на стратегии активного обучения.

Теория Дэвида Колба о цикле обучения посредством опыта. Наилучшим образом данный педагогический подход отражает высказывание Конфуция: «Расскажи мне – и я забуду. Покажи мне – и я запомню. Дай мне сделать – и я пойму». Важно не то, *что* узнает человек о критериях зеленого потребления и влиянии наших потребительских привычек на окружающую среду. Важно то, *как* он будет применять полученные знания на практике.

Обучение посредством опыта – это процесс, состоящий из четырех этапов. И неважно, сколь долго он будет длиться, важен переход от фазы конкретного опыта через его осмысление, критический анализ и обобщение к планированию того, как использовать полученные знания.

На **рис 4.** мы видим, что цикл обучения можно представить в виде спирали: конкретный опыт служит основой для его переосмысления, в результате чего первоначальный опыт расширяется, преобразуясь в новое знание, которое необходимо затем отработать на практике. Таким образом, мы вновь приобретаем конкретный опыт, но уже более высокого порядка.

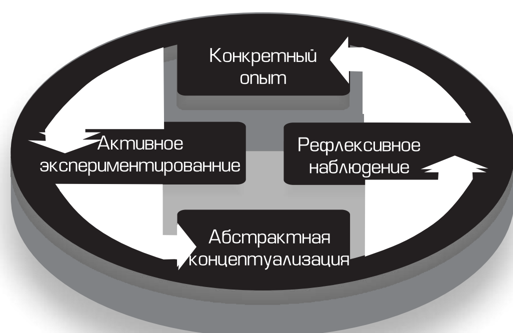


Рис 4. Цикл «Колба»

Интерактивный семинар – мероприятие, которое может быть направлено на разные целевые группы. Продолжительность семинара может быть различной, от нескольких часов до нескольких дней. Интерактивный семинар характеризуется равноправной, дружелюбной и динамичной рабочей атмосферой, разнообразием используемых методов. Результатом является не только получение новых знаний, но и отработка новых навыков, касающихся как изучаемой темы, так и способы общения, взаимодействия между людьми.

В заключение главы мы приведем сравнительные характеристики разных форм обучения. Примеры образовательных программ по теме «Зеленое потребление» приведены в Приложении к главе 3.



Таблица 2. Сравнительные характеристики разных форм образовательных и просветительских мероприятий.

Форма мероприя-тия/Характеристики разных аспектов мероприя-тия	Целевые группы	Возраст участ-ников	Количество участников	Временные ограничения	Ведущий и его роль	Требования к подготовке ведущего
Просветительские акции	Разнообраз-ны	Не имеет значения	Может быть значитель-ным, если акции носят массовый характер	От нескольких минут (перформанс) до нескольких часов Могут быть однократными или регулярными в течение длительного времени (несколько месяцев).	Обычно группа промоутеров (несколько человек, это могут быть молодежь или подростки). Роль – привлечь внимание окружающих к акции, разъяснить ее цели, мотивиро-вать к участию в акции.	Необходима подготовка промоутеров – тренинг и/или участие в предварительном планирова-нии акции.
Интерак-тивный семинар	Разнообраз-ны	Взрослые, молодежь и подростки	15-25	От нескольких часов до нескольких дней. Оптимально – 2-3 дня.	Ведущий (тренер, фасилитатор) способствует созданию обучающей среды; организует обучающий процесс (ролевые игры, дискуссии и т.п.); передает знания и способствует формирова-нию новых навыков, социальных установок.	Необходима значительная предварительная подготовка (как минимум тренинг для тренеров)
Учебный кружок (экогруппа)	Разнообраз-ны	Не имеет значения	5-7	Количество и продолжительность встреч определяют участники	Ведущий (лидер кружка) – равный среди участников. Создает условия для эффективно-го обучения, направляет	Не требуется, хотя тренинг может быть полезен для лидеров кружка. Часто участники кружка по очереди выступают в



					группу на достижение поставленной цели, помогает организовать работу в кружке.	роли лидера.
«Равный обучает равного»	Молодежь и подростки	Молодежь и подростки	20-30, обычно учебный класс	Обычно 45 минут, формат урока или информационного часа	Ведущий (мультипликатор) - сам школьник, «равный среди равных», выступает в роли тренера, создает доверительную атмосферу для обсуждений и дискуссий.	Необходима предварительная подготовка (тренинг для мультипликаторов). Мультипликаторы получают гайд (пособие, включающее программу и подробные рекомендации по проведению мероприятия)
Факультативный курс для школ и внешкольных учреждений	Школьники, посетители внешкольных учреждений	Дети и подростки	От 7 до 30	Обычно 45 или 90 минут – формат урока или внешкольного кружка	Ведущий (педагог, руководитель кружка) – организует учебный процесс, передает знания и/или способствует получению знаний и формированию новых навыков, социальных установок – в зависимости от методов, которые использует педагог.	Педагогическое образование. Для эффективного использования инновационных методов необходима переподготовка, тренинг.



Глава 4.

Примеры реализованных в Беларуси практик

4.1.Образовательные программы Белорусского общества защиты потребителей

Одно из основных направлений деятельности Общественного объединения «Белорусского общества защиты потребителей» – потребительское образование. Вот уже семь лет в школах Беларуси изучается курс «Основы потребительских знаний», вначале он был введен как экспериментальный, а с 2003/04 учебного года в 95 (сейчас их более 130) общеобразовательных учреждениях как постоянный. Его цель – повысить правовую потребительскую культуру молодежи, вступающей во взрослую самостоятельную жизнь. Для этого было издано учебное пособие «Основы потребительских знаний», разработанное общественным объединением «Белорусское общество защиты потребителей». Авторский коллектив подготовил материалы учебного пособия, которое было отпечатано в 2001 году, оно допущено Министерством образования Республики Беларусь в качестве экспериментального учебного пособия по факультативному курсу для учащихся 8 – 9 классов общеобразовательных учебных заведений. Для преподавателей были проведены семинары, конференция, разработано методическое пособие.

В 2003 году было учебное пособие переиздано. Переиздание связано с выходом нового Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей», в связи с чем были внесены изменения в отдельные главы. Издание дополнено отдельной главой, дающей понятие об устойчивом развитии.

Второе дополненное издание учебного пособия способствует увеличению количества общеобразовательных учебных учреждений, включившихся в процесс потребительского образования. Это соответствует Закону «О защите прав потребителей», предоставляющему право на просвещение в области защиты прав потребителей, создание системы информирования потребителя о его правах и необходимых действиях по защите этих прав.

Учитывая высокий интерес к курсу «Основы потребительских знаний» в старших классах, а также позитивный аспект работы в становлении правового потребительского самосознания молодежи, была поставлена задача: с 2003/2004 учебного года курс ввести на постоянной основе.

Знаниями, полученными на уроках курса, учащиеся пользуются уже сейчас, сегодня. Все они посещают торговые предприятия и покупают продовольственные и непродовольственные товары, пользуются услугами ателье, химчистки, проката, почтовой связи, предприятий общественного питания и т.п. Они знают, как поступить в ситуациях, когда куплен некачественный товар, получена некачественная услуга и выполнена некачественная работа, как себя защитить, как избежать конфликтных ситуаций, возникающих в процессе реализации потребительских прав. Уже сейчас многие учащиеся, успешно применяют полученные знания в повседневной жизни. Кроме того, приобретенные знания они передают своим родителям, близким и знакомым.



Для закрепления полученных в процессе изучения курса знаний, а также привлечения внимания молодежи к проблеме потребительского образования ОО «БОЗП» ежегодно проводит городские и республиканский конкурсы среди учащихся, изучающих вышеназванный курс. Цель проведения таких конкурсов и конкурсов-фестивалей: правовое просвещение, формирование потребительской культуры молодежи, развитие нестандартных форм образовательного процесса.

Участники соревнуются в знании законодательных и нормативно-правовых актов, касающихся защиты прав и интересов потребителей, представляют свое понимание и видение концепции потребления продуктов, производство которых не наносит вред окружающей среде и здоровью человека, т.е. продуктов «дружественных к окружающей среде».

Отличительная особенность конкурса 2007 года: широкая география участников, в процесс обучения вовлечено много сельских школ, команды которых достойно соревновались с опытными и маститыми командами, побеждавшими в предыдущие годы не только в районах (городах), но и на республиканском уровне. Состоявшиеся городские (районные) конкурсы показали, что нельзя «почивать на лаврах», а необходимо искать новые конкурсные программы для представления в отдельных номинациях.

VI Республиканский конкурс-фестиваль состоял из нескольких номинаций:

- «Миниолимпиада». Победителями в этой номинации стала команда Борисовского района (Житьковская СШ).
- «Визитная карточка» – знакомство жюри и всех участников конкурса с той школой, районом, городом которую команда представляет. Лучшая «Визитная карточка» у команды из г.Жодино (Гимназия № 1).
- «Горячая линия» – команда должна была дать правильный и полный ответ на одну из предложенных потребительских ситуаций.
- «Зеленое потребление» (домашнее задание). Ребята представили свое видение этой проблемы – лучшее домашнее задание у команды из г.Бреста.

Команда из Бреста стала победителем VI Республиканского конкурса-фестиваля.

Призерами стали команды г.Минска (СШ №222) и Молодечненского района (Хожовская СШ).

В рамках конкурса-фестиваля проводился конкурс творческих работ на тему: «Зеленое потребление». В течение 10 дней после городского (районного) конкурса команда-победитель готовила, а затем представила работы оргкомитету республиканского конкурса-фестиваля. Жюри VI Республиканского конкурса-фестиваля отобрала лучшие из них – это «Земля обетованная» (авторы – учащиеся Гимназии № 1 г. Жодино) и «ECO – стиль жизни!» (авторы – учащиеся ГУО «Гимназия бизнеса и права № 51 г. Гомеля).

С целью поощрения учащихся-победителей II республиканского конкурса во время летних каникул был организован молодежный специализированный отряд «Основы потребительских знаний». Для учащихся и с их участием в летнем лагере были организованы мероприятия на потребительскую тематику. Проводились мастер-классы о мировом потребительском движении, об истории создания, становления и развития потребительского движения Беларуси, зародившегося в 1989 году, о понятии устойчивого развития.

Сегодня в образовательный процесс по потребительскому образованию включаются



новые и новые школы, которые встраивают курс «Основы потребительских знаний» в различные спецкурсы. Назрела необходимость переиздания учебного пособия большим тиражом. Успех этой работы может заключаться в сотрудничестве между общественными и государственными организациями, с управлениями (отделами) образования, которые и сейчас оказывают неоценимую помощь в потребительском образовании школьной молодежи.

Адрес ОО «БОЗП»: 220113, Минск, ул.Я. Коласа, 73
тел./факс (017)262-96-08
E-mail: potrebitel@nsys.by

4.2. Выявление экологически дружественных товаров: путешествие в магазин

Каждый день, приходя в магазин, мы сталкиваемся с огромным выбором продуктов питания. Но, всегда ли мы задумываемся о тех последствиях, к которым приводит наш выбор? Продукты отличаются не только по стоимости, вкусовым качествам, популярности торговой марки, привлекательности упаковки, но и по тому воздействию, которое они оказывают на здоровье человека и окружающую среду. Помимо необходимых для нашего организма питательных веществ, они зачастую содержат и синтетические вещества, которые увеличивают сроки хранения, улучшают и усиливают вкусовые качества, придают красивый вид, определенную консистенцию и приятный аромат. Тем не менее, многие из этих веществ являются нежелательными для организма человека, а порой и опасными.



На наш выбор большую роль оказывает реклама. В наибольшей степени ей подвержены дети. Одним из лучших способов «прививки от рекламы» является вовлечение детей в исследование продукции, лежащей на прилавках магазинов. Чтобы оградить детей от излишнего «поглощения» продуктов химической промышленности в виде ароматизаторов, стабилизаторов, загустителей и красителей, выработать у них критический подход при выборе продуктов, нами – организациями, входящими в рабочую группу «Образование для устойчивого развития» - был разработана и опробована методика «Путешествие в магазин». Суть ее заключается в следующем. На собрании класса, либо кружка детям даётся индивидуальное задание: собрать информацию о продуктах питания, которые они и их родители обычно покупают. Для этого им выдается специальная форма (см. Приложение к главе 4., **с.71**), в которую необходимо вносить информацию о продуктах.

В форму вносится информация о торговой марке, названии и составе продукта, упаковке, цене. После того, как ученики собрали и систематизировали полученный материал, проводится собрание, на котором осуществляется анализ состава продуктов, определяются наиболее благоприятные продукты и продукты, использование которых не желательно. Совместно с учениками учитель формулирует основные критерии выбора экологически дружественных продуктов питания. К примеру, они могут быть такими:

- отсутствие консервантов (Е200-Е299);
- отсутствие красителей (Е100-Е199), либо присутствие только натуральных красителей);



- отсутствие искусственных добавок, усилителей вкуса (Е600-699, один из них – глутамат натрия (Е621,622), который часто встречается в чипсах);
- материал упаковки товара легко поддается переработке и/или разлагается в окружающей среде, либо упаковка является многоразовой.

Далее нескольким ученикам дается задание подготовить сообщение о проделанной классом работе. Сообщения могут быть заслушаны как учениками данного класса, так и с привлечением других классов, которые не были задействованы в данном процессе. Такие встречи не должны ограничиваться презентациями результатов «инвентаризации», необходимо инициировать обсуждение потребительских привычек учащихся. Можно предложить учащимся подготовить плакат, на котором слева направо по градации будут размешаться продукты от «плохих» к «хорошим». Таким образом, наглядно можно отобразить распределение продуктов по степени их экологической дружественности и дать ученикам представление о том, что они едят и насколько это вредно либо полезно.

4.3. Пошив льняных сумок на уроках труда

В Шумилинском Центре внешкольной работы (Витебская область) успешно реализовываются принципы «зеленого потребления»: кружковцы вместе с руководителями заняты пошивом льняных сумок.

Кампания по изготовлению сумок организована по инициативе швейных кружков, основной деятельностью которых является пошив мягких игрушек и одежды для кукол, реставрация джинсовых вещей для дальнейшего использования в повседневном гардеробе.

Девочки-подростки нашли привлекательными эти предметы повседневного обихода. От простого пошива они перешли к оформлению льняных сумок-торбочек: добавилась вышивка, аппликация, мережки, бисер, декоративный шнур, т.е. то, чему они научились во время основных кружковых занятий. Им удалось разнообразить готовые изделия и сделать их «своими», единственными в своем роде.

Для пошива сумки в данной кампании кружковцы использовали льняной лоскут – отходы производства Оршанского льнокомбината[1]. Размер выкроенных деталей зависит от куска ткани, ориентировочно 55х150см. Выкройка такой сумки находится в приложении к данной главе (**с. 72**).

Стоимость 10 кг лоскута – 10 000 рублей. Это малозатратное производство соответствует принципам «зеленого потребления»:

1. Не используется ценные сырьевые ресурсы. Вместо них – отходы основного производства;

2. Изделия изготавливаются из натурального материала (лён);

3. Минимальное воздействие на окружающую среду, связанное с транспортировкой – для доставки лоскута привлекается попутный транспорт местного льнозавода.

Все это не только обеспечивает низкую себестоимость продукции, но и является примером того, как на местном уровне мы можем способствовать продвижению экологически дружественных идей.

---

[1] 211382, РБ, г. Орша, ул. Молодежная 3, тел.(+375 216) 23-05-83,(+375 216) 23-05-74, факс (+375 216) 23-28-38). e-mail: sbyt@linenmill.by; http://www.linenmill.by.



Эти льняные сумки пользуются огромной популярностью среди общественных организаций, работающих в области экологического образования и охраны окружающей среды. Их часто используют для проведения семинаров и презентаций. Льняные сумки становятся своеобразным символом экологически дружественного потребления и в скором времени смогут получить большее распространение среди бережных и экологически сознательных людей как альтернатива полиэтиленовым пакетам. Такие сумки с нанесенным логотипом кампании «зеленое потребление» уже с успехом использовались в акциях по зеленому потреблению.

Инициативу по пошиву сумок готовы подхватить и другие учреждения образования Шумилинского района.

За консультациями или заказами на изготовление сумок обращайтесь в Шумилинский центр внешкольной работы.

Адрес: 211260 Шумилино, Витебская обл.
ул. Ленинская, 22,
e-mail: ivkul@vitebsk.by

4.4. Акции «Обмен полиэтиленовых пакетов на льняные сумки»

С целью привлечения внимания большого количества людей к проблеме экологически дружественного потребления и бережного обращения с природой экологической группой ФРИ и ОО «ЭКОДОМ» в июне 2007 года в г. Бобруйске на одном из музыкальных фестивалей состоялась просветительская экологическая акция, в которой приняло участие 7 волонтёров и членов ФРИ и «ЭКОДОМа», а также жители и гости г. Бобруйска. Для проведения акции было изготовлено 1000 матерчатых сумок с логотипом «Зеленое потребление», которые предлагались горожанам и гостям Бобруйска в обмен на их полиэтиленовые пакеты.



Информация для потребителя:

Матерчатые сумки, в отличие от полиэтиленовых пакетов, несомненно, более экологичны, т.к. изготовлены из натурального материала (ткани), служат дольше, легко подлежат ремонту, разлагаются в окружающей среде после своего длительного использования. Не стоит упускать из виду и экономию денег – матерчатая сумка заменит не один десяток полиэтиленовых пакетов.

В настоящее время полимерные материалы прочно вошли в жизнь современного потребителя и используются везде и всегда, даже без повода. К ним относится и всем известный полиэтилен, без которого не обходится ни один поход современного рядового покупателя в магазин. Безусловно, полиэтиленовые пакеты неимоверно удобны в использовании. Но, несмотря на все свои потребительские преимущества, такая упаковка практически не разлагается в окружающей среде – на это уходят долгие десятилетия и даже сотни лет. К тому же сырьём для полимерной упаковки является нефть, запасы которой сокращаются очень быстро.

Большинство из нас не задумывается о том, куда же девается полиэтиленовый пакет после того, как мы его используем. Многие бездумно покупают полиэтиленовые пакеты каждый раз приходя в магазин и также их бездумно выбрасывают после возвращения домой. К сожалению, многие не придают значения тому, что даже однажды купленный полиэтиленовый пакет может служить ещё некоторое время. И это вопрос не только экономии, но и сохранения окружающей среды. В большинстве случаев полиэтиленовые пакеты и прочие виды пластика грозно возвышаются на полигонах твердых бытовых отходов либо «украшают» пляжи и лесные массивы вблизи мест отдыха. Ещё хуже, когда полиэтилен оказывается в печах мусоросжигательных заводов. Тогда мы вдыхаем с воздухом токсические вещества, выделяющиеся в процессе горения, и получаем не менее токсичную золу как один из продуктов горения, а ее тоже нужно куда-то девать… только вот куда?

Многие наши соотечественники не упускают возможности предать огню костра использованные пластиковые бутылки и пакеты. О многострадальный наш огранизм! Сколько ещё канцерогенных веществ придётся ему вдохнуть даже, казалось бы, в самом живописном месте отдыха – на природе у костра.

К сожалению, население Беларуси, и в особенности молодежь, не придает должного значения экологической безопасности в своей повседневной жизни, отдавая предпочтение полимерным материалам и, что самое печальное, избавляясь от использованной пластиковой упаковки путём её сжигания. Нет сомнения, что полностью отказаться от использования продуктов полимерной индустрии в ближайшем времени не представляется возможным. Но ограничить количество используемого пластика, а, следовательно, уменьшить пагубное воздействие на наш организм и окружающую среду — вполне реально.

Во время нашего мероприятия особо интересующиеся жители Бобруйска получали памятку с основами экологически дружественного потребления.

Акция нашла широкую поддержку среди населения г. Бобруйска. Желающих поучаствовать было намного больше, чем изготовленных сумок. По окончании акции собралось большое количество полиэтиленовых пакетов, которые отправились в специальные контейнеры для переработки.



Приложения к главе 3.

1. Примеры образовательных программ по теме «Зеленое потребление»

Факультативный курс «Основы потребительских знаний в области безопасности питания, качества товаров и услуг»

Пояснительная записка. Программа факультативного курса «Основы потребительских знаний в области безопасности питания, качества товаров и услуг» разработана общественным объединением «Белорусское общество защиты потребителей». Издано учебное пособие, предназначенное для школьников и преподавателей общеобразовательных учреждений по программе курса «Основы потребительских знаний в области безопасности питания, качества товаров и услуг»[1].

Цель курса: дать знания, которые помогут учащимся не только легко, правильно и сознательно делать свой потребительский выбор, но и четко представлять себе, как нужно действовать в ситуации, когда нарушаются потребительские права и законные интересы.

Программа курса рассчитана на учащихся 8 – 9 классов общеобразовательных школ годичного цикла обучения. Всего 36 часов, из них 35 часов теоретических занятий и 1 час отведено на зачет (по итогам учебного года).

Учебно-тематический план

NN	**Наименование темы**	**Количество часов**	
Тем		**теоретические занятия**	**практические занятия**
Тема 1	Потребитель. Кто это?	1	
Тема 2	Реализация прав потребителей на выбор при продаже товаров	1	
Тема 3	Источники информации для потребителей	1	
Тема 4	Маркировка товаров	1	
Тема 5	Сравнительное потребительское тестирование	1	
Тема 6	Реклама и ее регулирование	1	
Тема 7	Право потребителя на компенсацию	1	
Тема 8	Наши доходы и расходы	1	
Тема 9	Потребитель и валюта	1	
Тема 10	Жизнь в долг	2	
Тема 11	Как сберечь и приумножить свой доход	2	
Тема 12	Пластиковые карточки	1	
Тема 13	Грамотный потребитель знает свои права	2	
Тема 14	Как правильно сделать покупку	1	
Тема 15	Потребитель в магазине	1	

[1] Основы потребительских знаний. Учебное пособие. 2-е издание дополненное. //под ред. В.Б. Лиева, А.В. Суши. – Борисов, 2003.



Тема 16	Как правильно оформить заказ на работу или услугу	1	
Тема 17	В службе быта и на транспорте	2	
Тема 18	Что надо знать, отправляясь в путешествие	1	
Тема 19	Право потребителя на образование	1	
Тема 20	Этика потребительского поведения	1	
Тема 21	Экология и потребитель	2	
Тема 22	Здоровье – главное богатство человека	2	
Тема 23	Как выбрать здоровую пищу	1	
Тема 24	Информация о продукте питания	1	
Тема 25	Ветеринарно-санитарный контроль продуктов питания	1	
Тема 26	Как себя защитить и куда обратиться за помощью	2	
Тема 27	Судебная защита потребителей	1	
Тема 28	Понятие об устойчивом развитии	1	
	Зачет[1]		1
	Итого часов:	35	1
	Всего часов:	36	

За более подробными разъяснениями по программе и учебными пособиями можно обращаться в Белорусское общество защиты потребителей.

Адрес ОО «БОЗП»: 220113 Минск, ул.Я.Коласа,73
тел./факс (017)262-96-08
E-mail: potrebitel@nsys.by

Аналогичную помощь преподавателям должны оказывать региональные организации защиты потребителей в областных центрах, городах и районах Беларуси, на территории которых проводятся школьные занятия в системе потребительского образования.

1 Альтернативным мероприятием вместо проведения зачета, как вариант, практикуется проведение экскурсии в общественную организацию защиты потребителей, или к уполномоченному по защите прав потребителей местного гор (рай) исполкома, где в присутствии школьников руководители или специалисты общественных организаций защиты потребителей или уполномоченные по защите прав потребителей покажут, как организована конкретная помощь потребителям. В конце преподаватель должен подвести итоги проведенной экскурсии.



2. Цикл внеклассных мероприятий по теме «Зеленое потребление»

Пояснительная записка. Предлагаемый цикл внеклассных мероприятий предназначен для учащихся 6-9 классов и может проводиться как в школе в виде факультативных занятий по теме «Зеленое» потребление, так и в центрах внешкольной работы. Предлагаемая программа и методы приводятся в качестве примера, педагог может творчески подходить к данному курсу, обращаясь к местным проблемам и потребительскому опыту учащихся. Данный цикл занятий может использоваться как часть более обширного курса по основам потребительских знаний, экологии или устойчивому развитию.

Цель курса:

→ проанализировать собственные потребительские привычки;

→ осознать взаимосвязи в обществе и природе, связанные с потребительским поведением;

→ получить представления о критериях совершения экологически дружественных покупок;

→ сформировать навыки потребительского поведения в соответствии с этими критериями.

Продолжительность курса – 12 занятий.

План курса:

Тема	**Методы**[1]	**К–во часов**
Занятие 1. Знакомство. Введение в тему.	Любой метод на знакомство и создание доверительной атмосферы. Представление программы и целей курса. Выявление ожиданий и потребностей учащихся. Установление правил работы в группе.	1
Тема 1. Что мы едим?	Упражнение «Яблоко»: • анализ собственных потребительских привычек; • мозговой штурм; • ранжирование; • работа с вопросами.	1
Тема 2. Еда и энергетические ресурсы.	Упражнение «Сколько энергии содержится в одном батоне?» (активная лекция; практическая работа) Упражнение «Что ты думаешь о питании?» (дискуссия).	1
Тема 3. Транспортировка и окружающая среда.	Упражнение «Праздничный обед» (практическая работа).	1
Тема 4. Бумага, упаковки, макулатура.	Упражнение «Какая туалетная бумага самая лучшая?»: • работа над вопросами; • практическая работа. Дискуссия «Куда девается хлорированная бумага?»	1
Тема 5. ПВХ и упаковки.	Ролевая игра «Кому нужен ПВХ?» Метод «Четыре угла» – дискуссия.	1

[1] Большинство использованных в программе курса методов адаптированы на основании методического пособия «Зеленая перспектива. Интерактивные методы обучения экологии». Авторы - Клаес Мальмберг, Андрес Ольссон. Адаптация – Наталья Рябова, общественное объединение «Экодом».



Тема 6. Бытовая химия и другие домашние опасные отходы.	Дискуссия «Что ты делаешь с опасными отходами?» Метод «Четыре угла» – дискуссия «Кто отвечает?» Что мы можем сделать как потребители? (работа в малых группах)	1
Тема 7. Одежда и вещи. Избыточное потребление.	Дискуссия «Что имеет наибольшее значение при выборе одежды?» Работа в малых группах «Избыточное потребление».	1
Тема 8. Почему убеждения и слова расходятся с делом? Выбор и планирование экологического проекта.	Упражнение «Моральные дилеммы». Выбор и планирование экологического проекта.	1
Тема 9. Реализация экологических проектов.	Встречи в ходе реализации проектов. Обмен опытом, помощь педагога.	2
Итоговое занятие.	Презентация результатов экологических проектов.	1

Занятие 1. Знакомство, постановка целей, выявление ожиданий, выработка правил

Любой цикл занятий, учебный курс или тренинг следует начинать с упражнений на знакомство и/или создание доверительных отношений, даже если это один учебный класс и учащиеся хорошо знают друг друга. Это необходимо для того, чтобы снять напряжение учащихся, создать благоприятную рабочую атмосферу, которая позволит активно участвовать в дискуссиях, открыто высказывать свое мнение. Существуют различные методы знакомства/создания атмосферы. Можно предложить учащимся кратко представить себя; представить соседа после небольшого разговора с ним; предложить рассказать о своих увлечениях и т.п. Можно использовать в процессе знакомства мяч, мягкую игрушку; или любой предмет, символизирующий микрофон и передавать его в хаотическом порядке друг другу (говорит тот, у кого в руках оказывается предмет). Можно использовать различные символы (открытки, монеты, марки, природные предметы и т.п.) – после того, как участники выбрали понравившийся им символ, они представляют себя и рассказывают, почему избрали именно этот символ. Учащиеся могут брать друг у друга интервью, рисовать портреты, фотографировать друг друга и составлять коллаж группы – все это способствует созданию атмосферы сотрудничества и «разбивает лед» напряжения.

Первое занятие обязательно должно включать в себя представление целей программы и плана занятий, выявление ожиданий и потребностей учащихся. Важно зафиксировать ожидания учащихся для того, чтобы иметь возможность вернуться к ним в конце курса и проанализировать. Обговариваются также такие моменты, как формат заданий (некоторые из них требуют самостоятельной работы вне школы или центра внешкольной работы, походов в магазин с целью совершения покупок или исследования продукции; опросов членов семьи, знакомых или посторонних людей) и необходимые материалы.

Важным элементом первого занятия является принятие правил работы в группе. Правила могут быть разработаны педагогом предварительно и обсуждены с учащимися для дополнения и согласования. Другой вариант – учащиеся сами предлагают правила, которыми группа (класс) будут руководствоваться в течение курса. Сделать это можно с помощью мозгового штурма (учащиеся предлагают правила, педагог фиксирует их на доске; затем происходит ранжирование и согласование); либо работой в малых группах. Еще один метод выработки и согласования правил работы – «подписание контракта». Каждый учащийся



ставить свою подпись на листе ватмана с согласованными всей группой и принятыми правилами. Правила остаются на стене в течение всего курса занятий.

Примеры правил, которые могут быть полезны для работы группы:

- приходить вовремя;
- говорить по одному;
- говорить от себя;
- говорить по существу;
- уважать мнение другого;
- проявлять активность.

Согласно предлагаемой программе факультативного курса, уже на первом занятии учащиеся получают задание на дом, выполнение которого необходимо для следующего занятия.

Задание: Каждый учащийся самостоятельно покупает яблоко и приносит его с собой на следующее занятие. Сорт может быть любым. Педагог не должен советовать, как его следует выбирать. Однако учащиеся должны купить не любое яблоко, а то, которое они сами хотели бы съесть.

Тема 1. Что мы едим? Упражнение «Яблоко»



Цель: анализ собственных потребительских предпочтений, создание и ранжирование критериев экологического выбора продуктов питания.

Время: 45 мин.

Необходимые материалы: яблоки, которые учащиеся выбирают в магазине или на рынке самостоятельно и приносят с собой.

Ход работы: Упражнение проводится в несколько этапов.

Этап 1. Мозговой штурм. Педагог вместе с классом (группой) составляет список, который отвечал бы на вопрос: что определяет выбор яблока при покупке? Поощряются любые идеи.

В результате список может выглядеть примерно так:

- Вкус
- Внешний вид
- Твердость
- Сорт
- Цена
- Доступность
- Страна производства
- Экологически выращенное
- Долго хранится
- Опрыскивание



Этап 2. *Индивидуальная работа.*

Каждый учащийся должен расположить перечисленные в списке мотивы покупки в порядке значимости. Единица означает, что этот мотив самый важный. Затем они могут отметить буквой «Э» то, что в списке связано с экологией. Ученики должны сделать это упражнение индивидуально, чтобы потом сравнить результаты в малых группах. Согласны ли они друг с другом? Что было их собственным мотивом, когда они покупали яблоко?

Этап 3. *Работа в малых группах (3-5 человек) над вопросами.*

Группа должна ответить на вопрос: *Какое яблоко самое лучшее?* Используются те яблоки, которые ученики принесли с собой. Вариант: педагог может сам купить разные сорта яблок, произведенные в разных странах, разного цвета, вкуса и т. д.

Вероятно, этот вопрос приведет к возражениям со стороны учащихся: *«Что значит, самое лучшее? Так спрашивать нельзя!»* Яблоко может быть плохим или хорошим по многим причинам. Педагог помогает учащимся организовать дальнейшую работу с вопросами следующим образом:

А) Какие возникают вопросы?

Учащиеся в малых группа составляют список тех вопросов, которые помогут решить, какое яблоко самое лучшее. Педагог подчеркивает, что не надо думать об ответе прямо сейчас, надо просто записать вопросы. Какое яблоко самое вкусное? Какое из них самое красивое, дешевое, не опрысканное химикатами, перевезено на самое короткое расстояние и т. д.

Б) Как вы можете получить ответы на свои вопросы?

Часть ответов у учащихся уже есть, но как узнать то, чего они пока не знают? Учащиеся получают задание: найти различные методы получения ответов на вопросы (например, исследования). Идеи могут быть различны. Те идеи, которые приведены ниже, могут помочь педагогу, но не стоит рассказывать о них учащимся. Это должно быть, прежде всего, их собственное исследование, однако, если они забудут что-то особенно важное, вы сможете внести добавление.

Этап 4: *Исследования.*

→ Вкус. «Слепой тест». Несколько учеников с завязанными глазами пробуют яблоки и определяют самое вкусное.

→ Внешний вид. Какое яблоко самое красивое? Что делает яблоко красивым?

→ Твердость. У какого яблока самое лучшее сопротивление при жевании? Используйте слепой тест и определите, какое яблоко приятнее ощущается во рту.

→ Цена. Какое яблоко самое дорогое? Нужно выбирать цену за килограмм или за штуку?

→ Доступность. Можно ли купить яблоки местного производства в течение всего года?

→ Страна происхождения. Издалека ли привезено яблоко?

→ Экологическая маркировка. Что это значит? Это хорошо?

→ Сохранность. Какое яблоко плесневеет или гниет быстрее других? Всегда ли плох краткий срок годности?

→ Опрыскивание. Как узнать, опрыскивалось ли яблоко? Может быть, дырка, проделанная червяком, расскажет о чем-то.



Используйте для исследований яблоки, которые купили ученики. Уже посредством самой покупки яблок они получили много информации. Возможно, им надо будет снова сходить в магазин и получить дополнительные сведения.

Этап 5: *Анализ результатов, подведение итогов.*

Педагог возвращается к вопросу: *Какое яблоко самое лучшее?*

Получив результат, ученики смогут сделать определенные выводы. Однако важен не столько результат сам по себе, сколько способности, которые приобретаются в процессе работы. Есть ли согласие в группе? Изменил ли кто-нибудь свое мнение? Появились ли новые вопросы?

Тема 2. Еда и энергетические ресурсы

Упражнение «Сколько энергии содержится в одном батоне?»

Цель:



→ *соотнести энергетические затраты на производство транспортировку продуктов питания в современном мире с их энергетической ценностью;*

→ *осознать взаимосвязи потребительских привычек и способов производства продукции с глобальными процессами.*

Время: 25 мин и более (в дополнительное время потребуется экскурсия в магазин.)

Необходимые материалы: нет.

Ход работы:

Этап 1. Активная лекция. Растения собирают энергетически богатое питание в течение всего периода роста. Многолетние виды откладывают энергию в корнях, шишках, луковицах или стеблях. Сахарная свекла накапливает энергию в большом корне, чтобы образовать сильное растение, которое сможет цвести и дать семена в следующем году. Однолетние растения, такие как, например, пшеница и рапс, собирают энергию для следующего поколения. Они дают своим семенам хорошее начало. Пшеничное зерно богато углеводами, а рапсовое – жиром. Мы научились использовать отложенные резервы растений. При выпечке хлеба используются мука, маргарин, патока, соль, дрожжи и вода. Три первых ингредиента получают из размолотых зерен пшеницы, спрессованных зерен рапса и сиропа, что получается в результате варки сахарной свеклы.

Батон белого хлеба, весящий около 800 грамм, содержит энергию, соответствующую примерно 6000 килоджоулям (кДж). Это составляет примерно норму для того, чтобы наш организм выжил в течение суток. Помимо этого, нужна энергия, чтобы мы могли что-нибудь делать в течение дня. Сидящий человек может быть сравнен с лампочкой 100 Вт. Это значит, что он расходует около 100 Дж в секунду. 1Вт=1Дж/с, то есть 360 кДж в час. А человек, копающий канаву, расходует примерно 1500 кДж в час.

Педагог задает учащимся вопрос: Скольким часам физической работы соответствует энергия, которая содержится в батоне?

Выслушав варианты ответов, педагог предоставляет для осмысления и обсуждения следующую информацию:



Батон дается дорогой ценой

Батон не оправдывает себя в энергетическом отношении с 40-х годов XX века. Сегодня на производство батона тратится в 10 раз больше энергии, чем в нем содержится. Если перевести это в человеческий труд, получится невозможное уравнение. Представьте себе, что после рабочей недели (40 часов) вы получите питание, достаточное для того, чтобы быть сытым в течение 4 часов!

Энергия, которая подводится на производство, поступает не от питания и не от человеческого труда и работы животных. Она производится из нефтепродуктов и электричества, которое, в свою очередь, вырабатывается водной или атомной энергией. Нефть можно представить в качестве энергетического ресурса. Этот сохраненный ресурс мы используем, помимо прочего, для производства продуктов питания. Расход энергии в цепочке от посадки зерна до готового хлеба соответствует 2 литрам бензина.

Этап 2. *Работа в малых группах.*

Учащиеся получают следующее задание: *Подумайте в группах о путешествии батона от поля к столу. Какие рабочие места задействованы в производственной цепочке? Уточните все моменты, которые стоят энергетических затрат и влияют на окружающую среду. Где вы видите возможности для экономии?*

Узнайте, издалека ли привозятся разные сорта хлеба в ваш магазин.

Этап 3. *Презентация результатов обсуждения в малых группах.*

Возможно, для ответа на все поставленные вопросы учащимся потребуется дополнительное время, поэтому презентация может состояться на следующем занятии.

Упражнение-дискуссия «Что ты думаешь о питании?»

Цель: содействие пониманию участниками влияния своих поступков на окружающий мир; развитие умения отстаивать свою точку зрения.

Время: 20 мин.



Необходимые материалы: информация для дискуссии в виде раздаточных материалов.

Ход работы. Педагог просит учащихся высказать свое мнение по приведенным ниже утверждениям, становясь на предполагаемую линию в классе (линию можно нарисовать или обозначить цифрами). Концы линий соответствуют оценкам «полностью согласен» и «совершенно не согласен». Попросите учащихся не становиться ровно посередине, а лишь на одну из отметок. Почему ученики выбрали тот или иной конец линии? Попросите их объяснить свою точку зрения друг для друга.

Согласен					не согласен
1	2	3	4	5	6



Варианты утверждений для обсуждения:

→ *Я могу решиться на то, чтобы изменить свои привычки питания, для улучшения окружающей среды;*

→ *Школа не должна выбрасывать деньги на дорогие, экологически произведенные продукты;*

→ *Школьная столовая должна предлагать вегетарианскую пищу раз в неделю;*

→ *Я лучше съем апельсин, чем белорусское яблоко*

→ *Я хотел бы почаще получать курятину.*

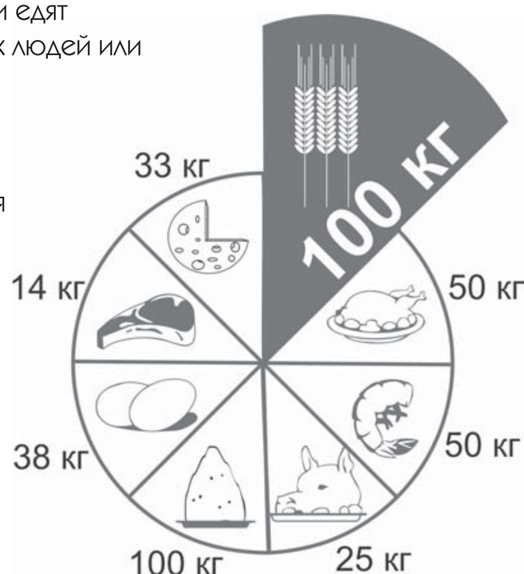
→ *Школа должна прекратить готовить мясо: для производства растительного корма для животных и птицы, которые идут на убой, используются огромные площади, которые могли бы использоваться для выращивания других культур.*

Информация для дискуссии: какие продукты энергосберегающие?

Крупный рогатый скот, овцы и козы перерабатывают траву, которую мы, люди, не можем переварить, в мясо и молоко, которыми мы можем питаться. Домашние животные производят продукты питания, не ограничивая запасы зерновых. Их противоположностью являются свиньи, куры-бройлеры и другой скот, который вскармливается искусственными кормами. Они едят продукты, которые могли бы накормить многих людей или выращенные на территории, где мы могли бы выращивать продукты для нас самих.

Это одна сторона вопроса. Другой стороной является то, что с энергетической точки зрения эффективнее всего есть растительную пищу. Тогда получают максимальный результат с использованной площади — фактически в 10 раз больше, чем когда эта площадь используется для вскармливания мясного скота, который поступает нам в пищу.

100 кг зерновых дают: 100 кг муки или 50 кг рыбы, или 50 кг птицы, или 38 кг яиц, или 33 кг сыра, или 25 кг свинины, или 14 кг говядины.



В конце занятия учащиеся получают задание на следующее задание: подготовить в группах меню для праздничного обеда из трех блюд.

Тема 4. Транспортировка и окружающая среда

Занятие начинается с докладов (презентации) результатов работы малых групп на прошлом занятии. После этого педагог объявляет цель и тему данного занятия: *На какие расстояния перевозятся продукты, которые мы едим и как это влияет на окружающую среду?*



Вводное слово. Многие уже не удивляются тому, что в обычном продуктовом магазине в середине февраля можно купить свежую клубнику. Пусть она дорогая, но ведь ее доставляют самолетом с Канарских островов. Аргентинские яблоки, новозеландские киви и бананы из Панамы стали каждодневными продуктами. Если мы начинаем предъявлять экологические требования к производству продуктов питания, то это оказывает влияние на многих людей далеко за пределами нашей страны.



Транспорт является причиной многих серьезных экологических проблем. Учитывая, что каждый восьмой грузовой автомобиль на дорогах перевозит продукты питания, не следует ли задуматься о том, что же мы едим? Потреблять только те продукты, которые произведены в местности, где мы живем, это хорошо, но… кто же захочет отказаться от апельсинов, риса, кофе или шоколада?

Не только проблема транспортировки побуждает нас покупать продукты местного производства. Местные продукты могут быть более «экологически чистыми» по сравнению с продуктами других стран, если при их производстве не используются химикаты. Кроме того, покупая местную продукцию, мы поддерживаем местного производителя.

Упражнение «Праздничный обед»



Цель: осознать взаимосвязи собственных потребительских привычек с глобальными процессами;

найти возможности оптимизации собственных потребительских привычек (предпочтение местных продуктов импортным при прочих равных условиях).

Время: 30 мин + дополнительное время на самостоятельную работу: подготовка меню, поход в магазин.

Необходимые материалы: кулинарные книги на каждого учащегося или на малую группу (3-5 человек); географические карты.

Ход работы. Упражнение можно выполнять индивидуально (при небольшой группе) или в малых группах (с учебным классом).

Этап 1. *Предварительное составление меню.*

Учащиеся заранее (на предыдущем занятии) получают задание составить праздничное меню из трех блюд. Им понадобятся кулинарные книги. Учащиеся составляют список необходимых продуктов, а затем им нужно будет сходить в магазин и проверить, откуда поступают продукты.

Этап 2. *Подсчет расстояний, на которые перевозятся продукты из меню.*

Учащиеся получают задание: уточнить, как далеко расположены страны, и сложить все расстояния.

Итак, каждый учащийся или малая группа должны будут представить на презентации ответы на следующие вопросы:



→ *На какое расстояние перевозились продукты?*

→ *Каково среднее расстояние перевозки для каждого продукта? (чтобы получить эту цифру необходимо разделить количество километров на количество товаров).*



Иногда трудно понять, где произведен продукт. В этом случае на помощь может прийти штрих-код. Первые две или три цифры показывают страну производства. Товары,
на которых страна происхождения указана еще и текстом, могут послужить для дешифровки штрих-кода. Учащиеся быстро смогут определить, что первые цифры 460-469 означают страны СНГ. Педагог должен обратить внимание учащихся на то, что некоторые товары, например, обработанные и упакованные в одной стране, могут быть помечены ее кодом, несмотря на то, что сырой продукт был импортирован.

Этап 3: *Обсуждение полученных результатов.*

Вопросы для обсуждения могут быть следующие: *Как наши ежедневные кулинарные привычки влияют на окружающий мир? Какие из привычек мы можем легко изменить? От чего не можем или не хотим отказаться?*

Этап 4: *«Новое меню».*

Учащиеся в тех же группах (или индивидуально) составляют новое меню, уделяя большее внимание экологическому моменту. Пусть учащиеся попробуют использовать экологические критерии для выбора продуктов и попытаются ограничить среднее расстояние перевозки десятой частью, то есть 130 км. Работа в малой группе на данном этапе предпочтительнее индивидуальной, так как учащиеся получают опыт аргументации и согласования.

Согласно книге «Ежегодник экологической статистики» наши продукты питания перевозятся на примерно 1300 км, прежде чем они попадают в магазины. Это расстояние сравнимо с расстоянием от Минска до Софии

Этап 5: *Презентация новых меню.*

Как стало выглядеть праздничное меню из трех блюд, после того как вы уделили большее внимание экологическому моменту?

Какая группа учеников смогла составить такое меню, где продукты перевозятся на самое короткое расстояние? Есть ли группа, которая смогла найти и использовать продукты с экологической маркировкой?

Экологическая маркировка и транспортировка

Встретить экологически маркированные продукты питания можно не так часто, как другие типы продуктов. Существуют разные системы экологического маркирования для различных типов продуктов, но чаще всего нам приходится полагаться на наше собственное мнение. Расстояние между производителем и покупателем – аспект, редко учитываемый при экологическом маркировании.



Некоторые белорусские продукты, не имеющие международной экологической маркировки по причине отсутствия системы международной сертификации в нашей стране, могут отвечать всем критериям экологичности. Другие могут оказаться явно антиэкологичными с точки зрения воздействия на здоровье, например, радиационно-небезопасные. Продукты питания белорусских производителей, включая местные фермерские хозяйства, – благодатное поле для исследования учащимися на факультативных занятиях. Дети могут проводить свои исследования разными методами – от интервьюирования производителей и потребителей продукции до проведения анализов и составления баз данных. (см. главу 4).

То, каким образом продукты перевозились из страны-производителя в страну-потребитель, тоже имеет значение. Какой вид транспорта наименее вреден для окружающей среды – самолет? Пароход? Поезд? Автомобиль? Педагог может мотивировать учащихся поискать ответы и на эти вопросы. Конечно, некоторые полезные и вкусные продукты вообще не производятся в Беларуси. Важно покупать товары местного производства, когда есть такая возможность.

Некоторые экологические и не совсем экологические знаки



Знак вторичной переработки
(«Петля Мебиуса»)

Смысл этого знака заключается в том, что продукт (или упаковка) может быть подвергнут вторичной переработке и/или изготовлен из переработанного материала. Однако использование этого знака никем не котролируется и решение о его использования лежит на производителе.



Перерабатываемый пластик

Данный знак означает, что изделие подлежит промышленной переработке. Цифра, стоящая внутри треугольника, указывает на тип использованной пластмассы.



«Зеленая точка» (нем. Der Grune Punkt)

Данный знак означает, что производитель обеспечивает прием маркированного упаковочного материала на вторичную переработку (заранее оплатил ее). Знак используется в рамках «Дуальной системы» (DSD), лежащей в основе вторичной переработки отдельных видов отходов в Германии. В Беларуси использование этого знака лишено всякого смысла, т.к. Беларусь не участвует в этой системе переработки отходов.



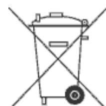
«Экологический Выбор»

Лицензия на использование данного знака выдается Шведским Обществом Защиты Природы (Swedish Society for Nature Conservation) тем товарам и производителям, которые удовлетворяют требованиям экологических стандартов. Это может означать не загрязнение окружающей среды в процессе производства или утилизации, не содержание вредных веществ и т.д. Набор требований зависит от группы товаров. Применяется с 1992 года. Представляет собой изображение зеленого сокола в круге.

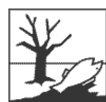


«KRAV»

Шведский экологический символ, встречающийся на пищевых продуктах. Выдается Шведским Обществом Контроля Сельскохозяйственной продукции. Обозначает товары выращенные без применения химических удобрений и пестицидов. В случае с продуктами животного происхождения применяются другие критерии. Иногда встречается на продуктах, произведенных за пределами Швеции (кофе, чае, фруктах).



Знак, указывающий на необходимость отдельного сбора использованных источников питания (батареек и аккумуляторов), содержащих некоторые опасные вещества, например, ртуть, кадмий, свинец.



Знак «Опасно для окружающей среды», используемый в рамках законодательства ЕС о классификации, упаковке и маркировке опасных веществ и препаратов.



Специальный знак для обозначения веществ, представляющих опасность для морской флоры и фауны, при их перевозке по водным путям.



«Голубой Ангел»

Знак не распространяется на пищевые продукты и лекарства, им маркируются товары, отнесенные к опасным, но используемые при соблюдении ограничительных условий или в допустимых пределах.





Знаки, отражающие отсутствие веществ, приводящих к разрушению озонового слоя. Чаще они применяются для маркировки аэрозолей.



Тема 4. Бумага, упаковки, макулатура

Упражнение «Какая туалетная бумага самая лучшая?»



Цель: проанализировать собственные потребительские привычки; выявить проблемы, связанные с потребительскими привычками относительно товаров из бумаги, осознать необходимость вторичной переработки.

Время: 30 мин + дополнительное время на самостоятельную практическую работу.

Необходимые материалы: несколько разных рулонов туалетной бумаги от разных производителей (цветная, белая, из перерабатываемой бумаги, местного и иностранного производства).

Ход работы. Упражнение проводится в несколько этапов.

Этап 1. Спонтанный выбор. Педагог показывает рулоны классу (группе) и спрашивает учащихся, какой сорт бумаги им нравится больше всего. Он просит учащихся поднятием рук показать, какую бумагу они спонтанно выбрали бы в магазине. Педагог отмечает, бумагу какого сорта выберет большинство. Возможно, кто-то захочет узнать немного больше о бумаге, прежде чем сделает окончательный выбор.

Этап 2. *Работа в малых группах над вопросами.*

Педагог продолжает работать с классом (группой), используя вопрос: *«Какая туалетная бумага самая лучшая?»* следующим образом. Сначала образуются малые группы по 4-5 учеников в каждой. Чтобы учащиеся соблюдали рабочий порядок, педагог объясняет используемый для работы метод и фиксирует на доске следующие шесть пунктов (от «а» до «е»).

А) На какие вопросы вы хотите получить ответ? Поиск вопросов.

Педагог просит малые группы записать все вопросы, которые могут помочь им определить, какой сорт бумаги наилучший. Важно подчеркнуть, что группам не нужно думать над ответом в данный момент, просто необходимо вместе найти как можно больше вопросов. Предложения не должны комментироваться и критиковаться в группах, все вопросы должны приниматься. Ни один из вопросов не является слишком незначительным, ни один – слишком сложным. Что, собственно, имеется в виду под словом «наилучший»?

Б) Сортировка вопросов.

Можно ли отсортировать (сгруппировать) вопросы под разными заголовками? Группы сами определяют принцип сортировки. Они могут свести вопросы в таблицу или схему.

В) Какие знания есть в группе?

После того, как учащиеся отсортируют свои вопросы, наступит время попытаться найти ответы. На часть вопросов кто-нибудь из учеников может знать точный ответ, другие ответы – могут быть только предположениями.

Г) Что необходимо узнать?



Некоторые вопросы могут показаться неинтересными и по ходу дела могут возникнуть новые вопросы. Педагог просит учащихся отметить те вопросы, ответы на которые они хотят узнать однозначно.

Д) Как найти ответы на свои вопросы?

Много ответов можно найти, читая информацию на упаковке. В крайнем случае, можно позвонить на фабрику и спросить. Педагог поощряет учащихся к проведению собственного исследования. У них, без сомнения, найдется талант первооткрывателей, если им, например, придется придумать опыт для определения, какой сорт бумаги обладает наилучшей способностью впитывать влагу.

Е) Формулировка выводов. Какая бумага наилучшая?

Согласны ли члены группы друг с другом? Есть ли кто-нибудь, кто изменил свое мнение? Появились ли новые вопросы? В чем разница между бумажным полотенцем и туалетной бумагой, кроме ширины рулона? Можно ли обойтись без бумажного полотенца? В чьих семьях обходятся без них? Список может удлиняться. Чем больше узнаешь о какой-то вещи, тем больше возникает вопросов.

Этап 3. *Зачем перерабатывать бумагу? Практическая работа.*

Педагог обсуждается с учащимися, что может побудить их собирать макулатуру? Одни могут сказать, что так мы спасаем деревья и сохраняем леса. Вероятно, кто-то ответит, что деревья – это восстанавливаемый ресурс. В таком случае необходимо вспомнить о том, что бумага – это переработанное дерево, а любая переработка требует затрат энергии.

Туалетная и хозяйственная бумага, сделанная из макулатуры, более энергосберегающая, чем бумага, произведенная непосредственно из древесины. Требуется в два раза больше энергии для производства бумаги из древесины, чем из старых газет. Можно легко убедиться в этом факте, попробовав сделать бумагу самостоятельно.

Очень сложно, если не невозможно, самому сделать бумагу из дерева. Для этого требуются высокая температура и высокое давление, а иногда и химикаты, с которыми опасно обращаться. Сделать же бумагу из старых газет, напротив, довольно легко. Педагог предлагает учащимся выполнить дома (по желанию) практическую работу.

Практическая работа

Сделайте открытку:

1. Разорвите новую газету на две части.
2. Положите ее в ведерко, наполовину наполненное тепловатой водой.
3. Намыльте руки и трите половинки газеты, пока не образуется каша.
4. Перелейте 5 дл в другое ведерко, и дополните до половины тепловатой водой.
5. Отрежьте дно, например, у баночки из-под мороженого или у другой упаковки, чтобы получилась крышка с бортом 1-2 см.
6. Вырежьте окно в крышке размером с открытку, чтобы получилась рамка.
7. Натяните грубую ткань с редким плетением между крышкой и дном.



8. Опустите рамку в бумажную массу, чтобы вода протекала сквозь ткань.
9. Освободите ткань от рамки и положите на газету.
10. Через некоторое время повесьте ткань на просушку на ночь.
11. Соскоблите бумагу с ткани и рисуйте.

Этот процесс позволяет сымитировать фабрику по переработке бумаги. Чтобы подчеркнуть, что переработка макулатуры – это энергосберегающий процесс, избегайте использования электроприборов при производстве. Метод, описанный здесь, не требует ни миксера, ни фена!

Понадобится один отрез ткани на каждый кусочек бумаги, которую вы делаете, но будет достаточно одной – двух рамок на группу. Ткань может быть фильтровальной сеткой, старыми гардинами или другим материалом. Плотные или эластичные ткани, например, простыни или нейлоновые чулки, не подходят. Не забудьте, что бумажная масса может застопорить сток. Процедите воду из-под бумажной массы, прежде чем вылить воду.

Дискуссия «Куда девается хлорированная бумага?»

Цель: обсудить проблемы, связанные с потребительскими привычками относительно товаров из бумаги, осознать необходимость вторичной переработки; осознать степень влияния разных заинтересованных сторон на проблемы, связанные с производством и вторичной переработкой бумаги.

Время: 15мин.

Необходимые материалы: несколько разных рулонов бумаги от разных производителей (цветная, белая, из перерабатываемой бумаги, местного и иностранного производства).

Информация для дискуссии

Белая, хлорированная бумага, которая кажется такой чистой, загрязняет окружающую среду намного больше, чем серая, неотбеленная бумага, которая кажется грязноватой. Этот факт хорошо известен сегодня всем в европейских странах, но так было далеко не всегда. Ведь еще совсем недавно в Европе можно было купить только отбеленную в хлорке бумагу, пока ситуация не изменилась и внезапно все обернулось противоположностью тому, что было. Кофейные фильтры стали коричневыми, конверты – серыми, стало трудно найти белую туалетную бумагу с маленькими сердечками. К сожалению, в Беларуси еще не прижилась мода на экологическую продукцию. Ведь мы сравнительно недавно увидели многие предметы роскоши и яркие красивые упаковки. Изменить ситуацию можно, но что запустило этот процесс в Европе?

Что случилось? Как вы думаете?

Ход дискуссии. Сначала каждый ученик располагает по степени важности приведенный ниже список. Педагог просит поставить единицу напротив того варианта, который кажется учащимся наиболее важным, 2 – имеющего меньшее значение и т. д.

После того, как все учащиеся индивидуально проранжировали предложенные варианты, они сравнивают результаты с соседом по парте, затем с другими учащимися. В ходе дискуссии учащиеся обсуждают, что должно произойти для того,



чтобы стало легче покупать экологические товары в магазинах. Кто должен это сделать? Оказывает ли влияние на производителей выбор потребителей?

Список для ранжирования:

- *политики в парламенте издали закон, который усложнил отбеливание хлорированием;*
- *производители бумаги изменили свою продукцию: начали делать и рекламировать не хлорированную бумагу;*
- *экологические организации и организации по защите природы распространили информацию, которая повлияла на потребителей, магазины, производителей бумаги и политиков;*
- *радио, ТВ и газеты опубликовали материалы о том, насколько опасен хлор;*
- *магазины не хотели продавать хлорированную бумагу и не забирали ее у своих поставщиков;*
- *потребители стали предпочитать не хлорированные сорта бумаги.*

Тема 5. ПВХ и упаковки

Ролевая игра «Кому нужен ПВХ?»

Цель: анализ информации о продукции из ПВХ; содействие пониманию участниками влияния своих поступков на окружающий мир; развитие умения отстаивать свою точку зрения.

Время: 30 мин.

Необходимые материалы: рекламные брошюры производителей изделий из ПВХ, информация о загрязнении окружающей среды и влиянии ПВХ на здоровье человека.

Ход работы: Педагог делит класс (группу) на четное количество групп. Учащиеся готовят ролевую игру, где одна половина будет представлять активистов «Greenpeace», другая – представителей фабрики, производящей ПВХ. Для подготовки к игре учащиеся используют рекламные брошюры производителей изделий из ПВХ и материалы о загрязнении окружающей среды, чтобы создать аргументы «за» и «против» ПВХ. Для этого они могут составить список преимуществ и недостатков ПВХ-пластмассы. Каждая группа выбирает выступающего для панельной дискуссии, в ходе нее каждая сторона пытается убедить другую в опасности или превосходности ПВХ-пластмассы. Остальные образуют аудиторию, которая также может задавать вопросы.

Примеры списков преимуществ и недостатков ПВХ-продукции, которые могут получиться у учащихся в результате анализа рекламных текстов и других информационных материалов.

ПРЕИМУЩЕСТВА

- Не гниет. Сточные трубы, сделанные из ПВХ, могут выдержать приблизительно 100 лет. ПВХ-пластмассы более выносливые, чем другие типы, так как содержат хлор.
- Дешевое производство. Хлор дешевле нефти, тем самым сохраняется природный



ресурс, так как нефть составляет только половину сырого продукта.

⟶ Пластичность. ПВХ – гибкий материал, который можно раскатать тонко, как оберточную пленку, или очень толсто, как виниловый коврик.

Недостатки

⟶ Так как соединения хлора ядовиты, бактерии не могут разложить пластмассу, которая выбрасывается в окружающую среду или компост. Когда она сгорает, образуется соляная кислота, которая также вредна для природы.

⟶ Ядовитые, вызывающие рак вещества, при производстве пластика распространяются повсюду.

⟶ Сопутствующие вещества, например, смягчители или красители, часто ядовиты и могут проникать в продукты, упакованные в ПВХ.

Информация для ролевой игры.

Кому нужен ПВХ? Этот вопрос задавался в письме «Greenpeace», адресованном потребителям, политикам и производителям ПВХ-пластмассы. Предприятия по производству ПВХ дают ответ в рекламных брошюрах «ПВХ и окружающая среда», где уверяют, что продукция из ПВХ абсолютно экологически безопасна.

ПВХ, или поливинилхлорид, представляет собой обычную пластмассу, которая используется повсеместно. Пластиковые коврики, виниловые обои, натяжные потолки, игрушки, резинки, контейнеры для мяса, марки на клею – вот только несколько примеров того, что может быть произведено из ПВХ-пластмассы. С помощью различных добавок можно сделать пластик мягким или твердым, цветным или бесцветным. В этом отношении ПВХ ведет себя точно так же, как и другие пластмассы. То, что отличает ПВХ от других типов, – это большое содержание хлора

Дискуссия «Четыре угла»

Цель: содействие пониманию участниками влияния своих поступков на окружающий мир; развитие умения отстаивать свою точку зрения.

Время: 15 мин.

Необходимые материалы: рекламные брошюры производителей изделий из ПВХ, информация о загрязнении окружающей среды и влиянии ПВХ на здоровье человека, листы бумаги.

После ролевой игры ученики знают позицию «Greenpeace» и производителей ПВХ, но каково их собственное мнение о ПВХ-пластмассе?

Педагог готовит три листа формата А4, на каждом записано одно из следующих утверждений:

⟶ ПВХ-пластмасса должна быть запрещена как можно скорее, например, через 2 года.

⟶ ПВХ-пластмасса должна использоваться только тогда, когда отсутствует лучший материал-заменитель.



→ ПВХ-продукты могут использоваться в том же объеме, что и сейчас.

→ ПВХ-пластмасса – хороший материал и следует найти более широкие области его применения.

Педагог задает вопрос: *Как, по вашему, ПВХ-пластмасса должна использоваться в будущем?* Затем он зачитывает четыре утверждения и просит учеников стать в разные углы классной комнаты, выбрав тот, который соответствует их взгляду (на каждом из них закреплен соответствующий лист). После непродолжительного обсуждения один учащийся из каждой образовавшейся в углах группы представляет позицию своей группы – почему они выбрали то или иное утверждение.

Дополнительная информация. Существуют ли другие упаковки, на которые стоит обращать внимание?

К сожалению, производится много других типов упаковки, которые, как и ПВХ, негативно влияют на окружающую среду. Вот несколько примеров.

→ Золотое тиснение на упаковках с карамелью. Для печати золотой краской упаковочная фабрика использует сильные органические растворители, вредные для здоровья и окружающей среды. Печатные краски на водной основе должны стать очевидной заменой.

→ Одноразовая бутылка «съедает» во много раз больше энергии, чем перерабатываемая бутылка.

→ Ненужные двойные упаковки, которые раздражают многих. В магазине можно найти множество примеров тому. Насколько меньше было бы мусора от пакета с конфетами, если бы они не были завернуты в отдельные фантики?

→ Алюминиевые воротнички и этикетки на перерабатываемом стекле. Производство деталей из алюминия на бутылках забирает много энергии. Несмотря на это, многие пивоварни продолжают наклеивать блестящие алюминиевые этикетки и закрывать горлышко ненужным алюминиевым воротничком.

→ Перерабатываемые консервные банки. Сегодняшние консервные банки состоят из сложных металлов, что затрудняет их переработку. Разве нельзя делать их из алюминия и перерабатывать?

После предоставления данной информации педагог инициирует в классе дискуссию, основанную на покупательском опыте учащихся. Как часто они покупают товары с ненужными или вредными упаковками? Что можно изменить в потребительских привычках, чтобы снизить отрицательное воздействие на окружающую среду? Если класс или группа настроены на практические действия, педагог может дать им задание узнать, для каких упаковок в нашей стране нет никакой перерабатывающей системы. Для этого им нужно позвонить в государственные учреждения, ответственные за переработку отходов. Учащиеся могут воспользоваться телефонными справочниками, чтобы отыскать службы, которые могут быть задействованы в утилизации и переработке упаковок.

В конце занятия учащиеся получают задание – составить опись всех предметов бытовой химии, которые они найдут в своем доме, изучить и записать их состав.



Тема 6. Бытовая химия и другие домашние опасные отходы

Дискуссия «Что ты делаешь с опасными отходами?»

Цель: содействие пониманию участниками влияния своих поступков на окружающий мир; развитие умения отстаивать свою точку зрения.

Время: 45 мин.

Необходимые материалы: *листы бумаги для дискуссии методом «четыре угла» с надписями «Покупатели», «Владельцы магазинов», «Государство», «Производители».*

Ход работы.
Этап 1.

Учащиеся представляют результаты «домашнего исследования», перечислив сколько ядов им удалось обнаружить в доме среди чистящих и моющих средств. Можно попытаться провести с учащимися приблизительные подсчеты: сколько опасных веществ сливается за определенный период времени в домах всех учащихся класса; в масштабах многоквартирного дома, города или страны.

Этап 2.

В домашнем хозяйстве иногда образуется много опасных отходов – остатки растворителя, хлорсодержащее чистящее средство, батарейки и т.п. Педагог спрашивает учащихся, как, по их мнению, следует поступить с такими отходами? Какая из пришедших в голову возможностей, по мнению учеников, кажется правильной с экологической точки зрения? Педагог записывает предложения учеников на доске.

Могут последовать разнообразные ответы, например:

- вылить в раковину или в унитаз;
- оставить в открытом сосуде, чтобы она со временем испарилась;
- вылить в землю в каком-нибудь заброшенном месте;
- вылить на газету и сжечь;
- выбросить банку с опасными отходами в мусор;
- коллекционировать вышедшие из строя батарейки;
- отвезти все это на свалку;
- позвонить в МЧС и потребовать, чтобы забрали опасные отходы.

Дискуссия о том, какое решение будет наиболее экологичным, может вызвать затруднение в классе. Очевидно, что правильным ответом был бы пункт приема и утилизации опасных веществ. К сожалению, в нашей стране этот вопрос до сих пор представляет проблему даже для промышленных предприятий, не говоря уже о приеме таких отходов от граждан.

После завершения дискуссии о наиболее экологичных методах утилизации бытовой химии педагог задает следующий вопрос: *Но, честно говоря, как вы или члены вашей семьи поступили в последний раз, когда надо было избавиться от остатков растворителя?*

Становится ясно, что близость унитаза «решает» многие проблемы утилизации опасных отходов. Многие средства бытовой химии, такие как стиральные порошки и другие моющие средства, автоматически попадают в сточные воды при стирке или



мытье посуды. В сельской местности также особо не церемонятся с отходами бытовой химии.

Этап 3. *Кто отвечает? Дискуссия методом «четыре угла».*

Педагог задает вопрос: *Кто больше всех ответственен за то, чтобы экологически опасные продукты не распространялись в окружающей среде?* Учащимся предлагается выбрать один из вариантов ответов, который они считают наиболее правильным.

- Покупатели
- Владельцы магазинов
- Государство
- Производители

Используется тот же метод «четыре угла», что и на предыдущем занятии. Каждому варианту соответствует один из углов в классной комнате. Ученик выбирает угол в соответствии со своими взглядами. Сначала ученики в каждом из углов обсуждают причины своего выбора друг с другом. Когда они проверят свои аргументы на тех, кто разделяет их точку зрения, можно начать дискуссию в целом классе.

Этап 4. *Подведение итогов: что мы можем сделать как потребители? (работа в малых группах)*

Вероятно, дискуссия «четыре угла» покажет, что все стороны несут определенную ответственность. Вопрос не в том, на ком лежит основная ответственность. Сегодня много говорится об ответственности производителя или об ужесточении законодательства и контроле государства. Но то, что ответственность лежит на производителе или государственных службах, не означает автоматически, что они берут ответственность на себя. Это не означает также и того, что покупатель вынужден полагаться на производителя или государство. Потребитель также несет ответственность и может управлять направлением производства, выбирая те или иные покупки.

Для подведения итогов занятия педагог просит учащихся разработать в малых группах и представить список рекомендаций для потребителей, которые помогут уменьшить вред для окружающей среды от бытовой химии и других опасных отходов.

Пример простых действий, которые помогут потребителю снизить вред для окружающей среды от бытовых опасных отходов:

Составить перечень используемых в быту предметов, изделий (продукции), содержащих химически опасные вещества.

Определить, без каких предметов можно обойтись или заменить их на более безопасные, например вместо «Fairy» использовать моющие средства с экологическим знаком или обычные сухую горчицу, соду.

Узнать места утилизации опасных отходов в своем городе или районе и сдать все опасные отходы – использованные батарейки, остатки краски, растворителей, очистителей и фотохимикатов, разбитые градусники.

Принять решение впредь всегда выбирать наименее вредные товары из тех, что необходимы при ведении домашнего хозяйства.



Тема 7. Одежда и вещи. Избыточное потребление

Дискуссия «Что имеет наибольшее значение при выборе одежды?»

Цель: содействие пониманию участниками влияния своих поступков на окружающий мир; развитие умения отстаивать свою точку зрения.

Время: 20 мин.

Необходимые материалы: лист ватмана и маркеры, или школьная доска и мел.

Ход работы.

«Что имеет наибольшее значение при выборе одежды?». Педагог задает этот вопрос учащимся и просит их индивидуально сформировать перечень критериев, которыми они руководствуются при выборе одежды. Затем формулируется общий список. Он может включать в себя разные критерии, например: внешний вид, практичность, цена, модность, долговечность, экологичность, качественность и т.п. После этого педагог просит учащихся вернуться к своим собственным спискам и индивидуально проранжировать список по степени значимости. Что играет наибольшую роль, когда они совершают покупку? Когда ранжирование закончено, учащиеся сравнивают свои списки друг с другом. Педагог поощряет обсуждение и дискуссию в группе. Если был назван критерий экологичности, что вполне вероятно после шести предыдущих занятий, то педагог задает уточняющие вопросы – что подразумевается под этим словом? Натуральность? Технология производства? Отсутствие транспортировки? Что, на взгляд учащихся, является более экологичным – более дешевая или более долговечная? Носят ли в семьях учащихся одежду до полного износа? Куда принято девать ненужную одежду и другие вещи? Можно обсудить также критерии выбора других вещей, используя полученные в ходе курса знания и потребительские привычки в семьях учащихся.

Если необходимо, педагог дает разъяснения по поводу приемлемых с точки зрения окружающей среды технологиях производства одежды или экологических маркировках, принятых в европейских странах.

Дискуссия завершается составлением перечня критериев экологически дружественного потребления.

Работа в малых группах «Избыточное потребление».

Цель: содействие пониманию участниками влияния своих поступков на окружающий мир; развитие умения отстаивать свою точку зрения.

Время: 25 мин.

Необходимые материалы: лист ватмана и маркеры, или школьная доска и мел.

Ход работы.

Педагог просит учащихся в малых группах обсудить следующий вопрос «Что вы обычно выбрасываете в мусорный ящик?». На предыдущем занятии можно дать учащимся задание провести опись выбрасываемого семьей в течение недели мусора.

Вероятно, ученики смогут выяснить, что половина объема или четвертая часть веса мусора состоит из пустых упаковок. Они выглядят по-разному, в зависимости от того, какой продукт они вмещают. Одна часть упаковок служит для защиты и облегчения обращения с продуктом, другая должна убедить нас в том, что мы должны купить именно этот продукт. Материал меняется и имеет разное происхождение: консервные



банки из шахт, стеклянные бутылки из песчаных карьеров, пластиковые мешки из нефтяных скважин, картон из леса. Но мусор – это не только упаковки. Какой материал чаще всего встречается в мусорном ящике? Педагог просит учащихся составить упорядоченный список того, что наиболее часто попадает в мусор в их домах. После представления списков малыми группами педагог инициирует дискуссию, с помощью вопросов:

→ Какие выводы вы можете сделать?

→ Задумывались ли вы о том, что все, что вы приносите в дом в качестве покупок, рано или поздно выносится из него в качестве отходов?

→ Было ли куплено что-либо кем-то из вас (или получено в подарок), что так и осталось лежать в ящике или было отправлено в кладовку?

→ Какую часть мусора составляют обломки дешевых пластиковых игрушек?

Педагог просит учащихся вспомнить, была ли ситуация, когда они купили или получили что-нибудь в подарок и это так и осталось лежать в ящике, отправлено в чулан или было забыто другим образом? Если они хоть раз переезжали, то, конечно же, находили такого рода вещи. Возможные выводы из этой дискуссии могут быть такие:

Наиболее экологичный и экономичный способ делать покупки – это просто не покупать ненужных вещей. Следующий хороший способ – покупать вещи, которые могут служить долго. Дешевые вещи низкого качества разоряют кошелек и пополняют горы мусора. Еще один возможный итог дискуссии – дополнительный пункт в список критериев экологически дружественного потребления: возможность переработки товара или упаковки после его использования; стоимость этой переработки. Вероятно, некоторые классы или группы забудут внести этот пункт, когда будут составлять свой перечень до обсуждения темы «мусор».

Тема 8. Почему убеждения и слова расходятся с делом? Выбор и планирование экологического проекта

Этап 1. *Упражнение «Моральные дилеммы».*

Упражнение основано на методе анализа ситуаций (case-ctudy).

Цель: сформировать у участников навыки анализа проблемных или конфликтных ситуаций, а также отработать навыки уверенного поведения

Время: 20 мин.

Необходимые материалы: описание ситуаций (кейсов).

Ход работы.

Шаг 1. Участники делятся на малые группы по 4-5 человек. Каждая группа получает описание проблемной ситуации с вариантами поведения. Задание – выбрать вариант поведения, честно ответив на три вопроса:

→ как бы вам хотелось поступить в такой ситуации?

→ как вы должны были бы поступить?

→ как бы вы вероятнее всего поступили?

Пример описания ситуации (раздаточного материала для участников):

Андрею и Паше 15 лет, они друзья и вместе ходят в школу. Со школьными товарищами они собрались в поход и вместе отправились закупать необходимые



продукты. Андрей – активный участник школьной экогруппы. Все члены экогруппы стремятся изменить свои потребительские привычки в соответствии с принципами зеленого потребления и Андрей твердо намерен придерживаться своих принципов в жизни, а не только на словах. Но при выборе продуктов в поход друзья останавливают свой выбор на вредных и неэкологичных продуктах. Когда Андрей попытался обратить их внимание на то, что их привычки вредят окружающей среде, Паша посмеялся над ним, обозвав «ботаником». Все друзья и подруги с интересом наблюдают за развитием событий, некоторые ухмыляются.

Задание: обсудите в группе и выберите один из вариантов ответа, честно ответив на каждый из этих трех вопросов:

- → Как бы вам хотелось поступить в такой ситуации на месте Андрея?
- → Как бы вы должны были поступить?
- → Как бы вы вероятнее всего поступили?

Варианты ответов:

1. Я бы дал этому Паше по физиономии и этим доказал, что я не «ботаник».

2. Я бы ответил уверенно, что не вижу ничего плохого в профессии ботаника, но лично я собираюсь стать инженером, и мой выбор продуктов просто разумен.

3. Я бы уверенно ответил, что не вижу смысла гробить свое здоровье и наносить вред окружающей среде, и, если они этого не понимают, то я с ними никуда не поеду.

4. Я бы спокойно объяснил, почему продукты, которые они выбрали, вредны для здоровья и для окружающей среды. Но, если бы они продолжали настаивать, что в походе их продукты и упаковки удобнее, я бы, конечно, уступил.

5. Я бы объяснил, что от наших поступков и привычек зависит многое, и иногда малыми силами, только изменив собственные привычки, можно оказать влияние на свою жизнь и окружающий мир.

6. Ваш вариант ответа:______________________________

Шаг 2. Презентация выбора групп.

Шаг 3. Упражнение заканчивается рефлексией – обсуждением того опыта, который был получен в результате выполнения упражнения. Для проведения рефлексии педагог может использовать следующие вопросы:

Приходилось ли вам в жизни сталкиваться с подобными дилеммами?

Что помогает «удержать» собственную позицию в такой ситуации?

Легче ли сталкиваться с противодействием и насмешками окружающих, если рядом единомышленники?

Этап 2. *«Делай что-нибудь – стань экологическим активистом!» Выбор и планирование экологического проекта.*

Цель: стимулировать активную жизненную позицию, показать необходимость нахождения единомышленников для реализации своей идеи; создать условия для реализации собственных действий в команде.

Время: 25 мин. на первый этап (выбор и планирование темы проекта) + дополнительное время на его доработку и реализацию в команде.

Дополнительные материалы: могут понадобиться в зависимости от темы проекта (дополнительная информация и т.п.)



Ход работы

После окончания упражнения «Моральная дилемма» педагог делит класс на малые группы (команды), каждая из которых будет работать над своим экологическим проектом по одной из тем, предлагаемых ниже, или (что будет лучшим вариантом) выбрав конкретный пример в своем окружении. Учащиеся, безусловно, могут найти много примеров ненужной траты ресурсов в своем сообществе, начиная с собственной семьи и школы. Работа организуется по следующей схеме:

1. Выбор и планирование экологического проекта. Группы выбирают и планируют ограниченный и решаемый экопроект вместе с педагогом. Для этого необходимо ответить на следующие вопросы:

- В чем заключается проблема?
- Как ее можно было бы решить?
- На кого вы хотите повлиять?
- Когда вы должны закончить проект?

2. Сбор фактов и занятие позиции. Этот этап может потребовать дополнительного времени. Прежде чем группы отправятся информировать и влиять, они должны узнать как можно больше, иначе им будет трудно кого-либо переубедить. Группы формулируют вопросы, на которые они хотят получить ответы. Причины и условия изучаются в полевых исследованиях, экспериментах, учебных экскурсиях, интервью, опросах, изучением литературы. Затем ученики проверяют свои собственные взгляды на собранных фактах. Сохраняется ли их первоначальная идея, разработанная на стадии планирования, или она должна перепроверяться?

3. Распространение знаний и изменение установок. Экологический проект должен вылиться в деятельность по распространению информации или изменению установок. Ученики могут многое сделать посредством информирования:

- предприятий, которые упаковывают, не задумываясь о последствиях для окружающей среды
- магазинов, которые продают их продукцию;
- покупателей, которые ее покупают.

Группы продумывают то, каким образом донести информацию. Фантазия учащихся не должна ограничиваться, они могут разработать сценарии экологических акций или придумать разнообразные методы распространения идей зеленого потребления. Это может, например, вылиться в выставку в библиотеке, акции в магазине, изготовление и распространение листовок, посещение других классов, производство экологического видео или газеты, установление контакта с местными радио, ТВ или печатными изданиями. Педагог помогает командам в реализации их планов. Вероятно, потребуется несколько дополнительных занятий в промежутке между планированием проекта и его завершением.

Итоговое занятие.

Итоговое занятие можно посвятить презентации результатов экологических проектов каждой командой, празднованию достижений.

Важно вернуться к целям курса, поставленным на первом занятии, и проанализировать, достигнуты ли они. Не менее важно вспомнить об ожиданиях учащихся и обсудить с ними, оправдались ли они.



3. Интерактивный семинар «Зеленое потребление»

Пояснительная записка. Интерактивный семинар **«Зеленое потребление»** может быть самостоятельным мероприятием или частью более длительной образовательной программы по основам потребительских знаний, здоровому образу жизни или по устойчивому развитию для разных целевых групп – взрослых и молодежи, педагогов, государственных служащих, или обычных потребителей.

Цель семинара: проанализировать собственные потребительские привычки и их влияние на собственное здоровье и окружающую среду; сформировать навыки ответственного, зеленого потребления.

Процесс обсуждения будет концентрироваться вокруг нескольких ключевых идей:

→ Человек ответственен за свое здоровье, качество своей жизни, состояние окружающей среды. Наши ежедневные привычки влияют на качество нашей жизни и на наше окружение.

→ Для того, чтобы изменить стереотипные модели поведения, стать ответственным потребителем, заботиться об окружающей среде, вести здоровый образ жизни необходима определенная смелость, уверенность, четкая жизненная позиция и единомышленники;

→ Недоверию и насмешкам окружения можно противопоставить собственный позитивный пример.

Обсуждение этих идей дает участникам возможность оценить собственную позицию и собственные ежедневные привычки с точки зрения их взаимосвязей с природой и обществом. Учебный модуль построен не только на работе с информацией, но в значительной степени на работе с убеждениями, ценностями, поведенческими моделями и моральными дилеммами (проблемы выбора).

Семинар построен на принципах интерактивного обучения, предполагающих актуализацию, приобретение и рефлексию участниками собственного опыта. Все методы, использующиеся в ходе семинара, нацелены на то, чтобы обратить участников к личному опыту, анализ которого позволяет выделить разрушительные или неэффективные модели поведения и заменить их на позитивные. Используемые методы обучения и материалы направлены на приобретение новых навыков поведения, которые помогают участникам впоследствии открыто выражать свою позицию, отстаивать свои убеждения, находить поддержку единомышленников и становится лидерами мнений. Такие жизненные навыки необходимы не только молодежи и подросткам, но и многим взрослым людям.

Продолжительность семинара – 6 часов.



План семинара

Сессия		Метод	Время
1. Знакомство участников, представление программы и целей тренинга, выявление ожиданий, выработка правил.		Любой метод на знакомство и создание доверительной атмосферы	40 мин
2. Анализ потребительских привычек.		«За покупками»[1]	50 мин
Перерыв			15 мин
3. Основы зеленого потребления.		Презентация[2]	15 мин
4. «Легко ли изменить потребительские привычки?»		Дискуссия (метод «Займи позицию»)[3]	45 мин
Обед			60 мин
5. Кто прав, кто виноват?		Ролевая игра на основе анализа ситуации[4]	45 мин
6. Влияние потребительских привычек на глобальные процессы: может ли зеленое потребление спасти мир?		Работа в группах[5]	45 мин
Перерыв			15 мин
7. «Один в поле не воин» или перспективы развития зеленого потребления в Беларуси.		Презентация опыта проектов «Зеленое потребление» и экогрупп, результатов исследований.	20 мин
8. Подведение итогов.		Рефлексия по итогам тренинга.	10 мин

[1] Метод адаптирован на основании учебных материалов «ЭкоЛоджик!», опубликованных Шведским Институтом и фондом «Сохраним Чистоту Швеции», авторы – Клаес Мальмберг, Андрес Ольссон. Адаптация – Наталья Рябова, общественное объединение «Экодом».

[2] Презентация разработана экологической группой ФРИ.

[3] Тезисы для дискуссии разработаны авторами.

[4] Метод адаптирован на основании методического пособия «Зеленая перспектива. Интерактивные методы обучения экологии». Авторы - Клаес Мальмберг, Андрес Ольссон. Адаптация – Наталья Рябова, общественное объединение «Экодом».

[5] Задания для групп и схема обратной связи выполнены авторами.





Сессия 1. Знакомство участников. Обсуждение программы модуля. Введение в тему: что такое зеленое потребление?

Цель: во время этой сессии участники:

- познакомятся друг с другом;
- обсудят программу семинара;
- выработают и согласуют правила работы в группе;
- обменяются представлениями о зеленом потреблении и ожиданиями от семинара.

Время: 40 мин.

Необходимые материалы: бумага форматов А1 и А4, маркеры, скотч, ручки, ножницы, бэйджи.

Ход работы.

1. Тренер немного рассказывает о себе, представляет цель семинара, делает краткий обзор программы (5 мин).

2. Тренер проводит знакомство участников друг с другом, которое можно объединить с определением ожиданий участников. Тренер также просит участников написать на табличке (бэйдже) свое имя (какое он хочет, чтобы к нему обращались во время семинара), и прикрепить их к своей одежде (30 мин).

3. Далее следует выработка правил для группы на время тренинга. Тренер может предложить перечень правил, которым обычно руководствуются тренинговые группы, и попросить участников дополнить список. Другой вариант – можно не вырабатывать правила с самого начала. Тем не менее, если основные нормы работы не будут выполняться, что будет мешать проведению семинара, необходимо обратиться к группе и предложить разработать такие правила. Например, тренер может сказать: *«Мы не обсуждали правила работы на семинаре, но, похоже, нам необходимо поговорить о них, чтобы наша работа была эффективной»* (10 мин).

Сессия 2. Анализ потребительских привычек. Упражнение «За покупками»[1].



Цель: проанализировать собственные привычки питания и способов выбора продуктов в магазине; выработать критерии выбора экологически безопасных продуктов и основные принципы здорового питания.

Время: 50 мин.

Необходимые материалы: наборы продуктов разных категорий (бакалейные продукты, сладости, напитки, фрукты и т.д.) для 4-5 малых групп (в зависимости от количества участников).

Ход работы.

Шаг 1. Участники делятся на малые группы по 4-5 человек. Помещение должно быть организовано таким образом, чтобы каждая группа сидела за столом, на который

[1] Адаптировано на основании учебных материалов «ЭкоЛоджик!», опубликованных Шведским Институтом и фондом «Сохраним Чистоту Швеции», авторы – Клаес Мальмберг, Андрес Ольссон. Адаптация – Наталья Рябова, общественное объединение «Экодом».



ведущий раскладывает набор продуктов для каждой группы. Наборы включают в себя продукты из разных категорий, а также разной степени полезности. Участники получают задание расположить продукты по степени своих предпочтений: какие из них они купили бы в первую очередь, какие во вторую и т.д.

Пример возможных наборов продуктов для первого шага упражнения:

группа №1

- вермишель «Роллтон»;
- чипсы «Онега»;
- апельсин из Колумбии;
- шоколад «Аленка»;
- сметана «Савушкин продукт»;
- натуральный 100% сок украинского производства.

группа № 2

- итальянские макароны из пшеницы твердых сортов;
- картофель производства Голландии;
- отечественный йогурт с истекающим сроком годности;
- «Чупа-чупс»;
- банан;
- минеральная вода.

Шаг 2. Группы делают презентацию, в которой рассказывают, как они в своей группе проранжировали продукты, и объясняют свой выбор.

Шаг 3. Ведущий снова раздает группам продукты, но теперь каждая группа получает продукты из одной категории. Участники получают задание расположить продукты по степени своих предпочтений и сформулировать критерии своего выбора.

Пример возможных наборов продуктов для третьего шага упражнения:

группа №1

- вермишель «Роллтон»;
- лапша отечественного производства;
- итальянские макароны из пшеницы твердых сортов;
- макароны российского производства в красивой упаковке;
- макароны примерно такого же качества в обычном полиэтиленовом пакете без опознавательных знаков, но значительно дешевле.

группа №2

- 100% натуральный апельсиновый сок украинского производства;
- фруктовый нектар известной российской торговой марки;



→ фруктовый сок с мякотью в стеклянной банке белорусского производства;

→ вода минеральная газированная «Дарида»;

→ «Кока-кола» в металлической банке.

Шаг 4. Группы делают презентацию, в которой объясняют, почему они проранжировали продукты так или иначе, и объясняют критерии, которыми они руководствовались при выборе. Ведущий записывает на доске критерии выбора, которые были озвучены во время презентации, и выносит их на общее групповое обсуждение. Группа совместно формулирует критерии выбора экологически чистых продуктов, а также принципы здорового питания.

Шаг 5. Рефлексия и формулирование выводов. Ведущий просит участников поделиться своими эмоциями и мыслями, которые вызвало у них это упражнение. Можно использовать следующие вопросы:

→ Как часто вы рассматриваете упаковки продуктов, когда приобретаете их?

→ Обращаете ли вы внимание на полезность продуктов, страну производства, упаковку, срок годности?

→ Предпочитаете ли вы продукцию отечественного производства или импортную?

→ Как перевозки продукции на дальние расстояния влияют на окружающую среду?

→ Как ваши покупки влияют на местную экономику? На управление отходами в вашей местности?

→ Случалось ли вам приобрести некачественную продукцию по невнимательности?

→ Случалось ли вам покупать продукты, не несущие полезности, или вредные для здоровья?

→ Как вы реагируете на просьбы детей купить сладости или продукты питания, явно содержащие вредные компоненты (красители, консерванты и т.д.)?

→ Насколько критерии выбора вашей группы совпали с критериями экологически безопасного выбора?

→ Насколько ваши собственные привычки питания соответствуют критериям полезности и экологичности?

→ Что вам мешает изменить приносящие вред здоровью и окружающей среде привычки?

→ Можете ли вы как потребитель оказывать влияние на глобальные процессы?

На что следует обратить внимание:

→ Ведущий должен подобрать продукты разной степени полезности для здоровья, а также в разной степени соответствующие критериям экологичности (срок годности, страна производства, упаковка, цена и т.д.).

→ Упражнение требует этапа рефлексии.

Сессия 3. Основы зеленого потребления. Презентация.
Цель: знакомство участников семинара с концепцией «зеленого потребления».

Время: 15 мин.



Необходимые материалы: компьютер, мультимедиапроектор, презентация в программе PowerPoint.

Ход работы.

Тренер проводит интерактивную лекцию, посвященную теме «Основы зеленого потребления», используя презентацию в *PowerPoint.* (рис. Слайды к сессии 3). Для того, чтобы лекция была интерактивной, необходимо вовлекать участников в процесс осмысления информации, используя вопросы, примеры, иллюстрации.

Слайды к сессии 3.



«Зеленое» потребление – это ...

- концепция потребления продуктов и товаров, произведенных по технологиям, безопасным для окружающей среды и не представляющих угрозы здоровью человека;
- определенный образ жизни, строящийся на осознании необходимости беречь природные ресурсы и способствовать сохранению окружающей среды.



Главная задача «зеленого» потребления:

предотвращение негативного воздействия производства, транспортировки и утилизации продуктов и товаров посредством продвижения новых экологически безопасных технологий и формирования у потребителей сознательного отношения к приобретаемым товарам, понимания взаимосвязи между своими повседневными действиями и воздействием на окружающую среду



Для чего необходимо «зеленое» потребление?

- Люди пересматривают свое отношение к окружающей среде и лучше осознают ценность своего здоровья и здоровья окружающих;
- Признание необходимости защиты окружающей среды для выживания человечества;
- Понимание того, что последствия загрязнения окружающей среды касаются каждого из нас и непосредственно отражаются на нашем самочувствии и здоровье;
- Предотвратить негативное воздействие на окружающую среду означает не прекратить потребление, а изменить его на экологически безопасное.



Основные проблемы “Зеленого” потребления

- Экологическая безопасность не играет существенной роли в выборе товара;
- Ограниченность выбора потребителя: отсутствие широкого ассортимента экологически «дружественных» товаров;



- Сознание потребителя статично: очень трудно пересмотреть своё отношение к потреблению как таковому, воспринять новые принципы и выработать новые привычки;
- Производители, выпускающие экологически «дружественные» товары предпочитают об этом умалчивать;
- Эффект от выбора экологически «дружественного» товара не всегда очевиден.





Экологические знаки (1)


Знак вторичной переработки ("Петля Мебиуса")


Перерабатываемый пластик


Полиэтилентерефталат


Полиэтилен низкой плотности


Полиэтилен высокой плотности


Полипропилен


Другие виды пластика


Поливинилхлорид (ПВХ)


Полистирол



Экологические знаки (2)


«Зеленая точка» (нем. Der Grune Punkt)


"Экологический Выбор"



«KRAV»


Знак, указывающий на необходимость отдельного сбора использованных источников питания


"Опасно для окружающей среды"



Экологические знаки (3)


"Голубой Ангел"


Опасность для морской флоры и фауны, при их перевозке по водным путям



Отсутствие веществ, приводящих к разрушению озонового слоя



Результаты введения экомаркировки в Швеции

Уменьшение хлорированных стоков:
Спустя два года: 50%
Спустя десять лет: >99%

Использование 60% веществ, входивших в состав стиральных порошков было прекращено либо они были заменены на более безвредные.

Количество стиральных порошков, удовлетворяющих критериям экомакрировки:
1990 1%
2004 >90%



Некоторые принципы «зеленого» потребления

- используйте товары в упаковке, разлагающейся в окружающей среде либо которую можно переработать;
- отправляясь за покупками, имейте при себе свою собственную матерчатую сумку либо пакет;
- отдавайте предпочтение товарам, упакованным в меньшее количество упаковочного материала;
- покупайте по возможности продукты местного производства;
- используйте туалетную бумагу вторичной переработки;
- покупайте стиральные порошки с наименьшим содержанием фосфатов;
- отдавайте предпочтение продуктам питания и напиткам, не содержащим искусственных красителей, ароматизаторов, консервантов, добавок.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Сессия 4. Дискуссия «Легко ли изменить потребительские привычки?»

Цель: проанализировать собственные потребительские привычки с точки зрения принципов зеленого потребления; осознать, что мешает проявлять экологически целесообразные модели поведения; стимулировать активную жизненную позицию.

Время: 60 мин.

Необходимые материалы: тезисы для дискуссии; плакаты с надписями «Да» и «Нет».

Ход работы.

Для дискуссии можно использовать формат «Займи позицию». Тренер зачитывает приведенные ниже утверждения по одному. Участники, которые согласны с этим утверждением, становятся на сторону, обозначенную «да», те, кто не согласны, становятся на сторону, обозначенную «нет». Участники с каждой стороны аргументировано объясняют свою позицию. Задача каждой группы – убедить противоположную сторону и «переманить» к себе новых сторонников. Тренер следит за очередностью высказываний, после окончания дискуссии (10 минут на каждый тезис) задает вопрос, готов ли кто-нибудь из участников поменять точку зрения и перейти на другую сторону.

Возможные тезисы для дискуссии:

→ «Зеленое потребление» еще не скоро войдет в моду у нас в стране. Основные критерии для большинства потребителей – цена, вкус, удобство упаковки.

→ Дети под влиянием рекламы все равно просятся в МакДональдс, покупают чипсы и жвачки. Отказать им очень трудно.

→ Я готов(а) терпеть небольшие неудобства, выбирая стеклянную упаковку вместо пластиковой.

→ В Беларуси нет товаров с экологической маркировкой. Сделать экологический выбор непросто.

→ Наши товары неконкурентоспособны. Я лучше выберу качественный импортный товар

Сессия 5. «Кто прав, кто виноват?». Ролевая игра на основе анализа ситуации.

Цель: проанализировать проблемы, связанные с переориентацией способов производства и потребления на более экологически дружественные; показать необходимость развития диалога между разными заинтересованными сторонами; стимулировать активную жизненную позицию; развивать умение отстаивать свою точку зрения и находить компромисс.

Время: 60 мин.

Необходимые материалы: раздаточные материалы с описанием ситуации.

Ход работы.

Участники получают описание проблемной ситуации (статья «Хлопок без



ядохимикатов – белая ложь?») и самостоятельно (индивидуально) изучают и анализируют ситуацию. Затем тренер просит группу назвать заинтересованные стороны, существующие в данной проблемной ситуации. Участники называют заинтересованные стороны:

- потребители;
- производители (текстильная фабрика);
- крестьяне;
- продавцы ядохимикатов;
- независимые эксперты («непрошенная инспекция»).

Тренер делит участников на малые группы, каждая из них получает роль одной из заинтересованных сторон. Задание для групп: подготовиться к дискуссии (встреча заинтересованных сторон, инициированная производителем хлопковой одежды).

Ролевая игра проходит по следующему сценарию: представитель группы «текстильная фабрика» инициирует встречу заинтересованных сторон, озвучивая проблему, с которой он столкнулся – статья в газете, которая ставит под сомнение экологичность продукции, выпускаемой фабрикой с экологической маркировкой. Представитель от каждой группы участвует в дискуссии, аргументировано озвучивая свою позицию и стремясь достигнуть своей цели.

После окончания дискуссии тренер проводит рефлексию. Тренер может использовать для рефлексии следующие вопросы:

- Удовлетворены ли вы выступлением своей группы на встрече заинтересованных сторон, почему?
- Какой группе, по-вашему, удалось презентовать свою позицию наиболее удачно, почему?
- Удалось ли прийти в ходе встречи к какому-либо конструктивному решению? Что способствовало этому? Что мешало достижению позитивного результата?



Раздаточный материал: ситуация для анализа

газета «ДАГЕНС НЮХЕТЕР»

Хлопок без ядохимикатов – белая ложь?

Крестьяне язвительно усмехаются, когда «ДН» спрашивает о неопрысканных ядохимикатами посевах.

«Без химикатов?» «Ха, ха, ха!» – хлопководы перед магазином химических удобрений в Империале язвительно усмехаются, когда корреспондент спрашивает их о посевах экологического хлопка.

Бенгт Линдстрем

Первое, что замечаешь, когда приезжаешь в маленькую деревеньку Империал в цветущей долине Канете – магазин, торгующий удобрениями и ядохимикатами по борьбе с вредителями. Темное помещение магазина заполнено опрыскивателями и банками от производителя ядов компании «Байер». Мы спрашиваем, как найти крестьян, которые выращивают хлопок экологическим способом. Те, кто купили ядохимикаты, и мужчины возле магазина разражаются смехом, да так, что чуть не плачут.

«Без химикатов?» – фыркают они. Здесь, в долине Канете, все используют распылители ядов.

Честный язвительный смех парней резко расходится с рекламными утверждениями. Стоит ли тогда доверять рекламным агентам, пишущим о «самой белой и экологичной хлопковой пряже», выращиваемой здесь?

Хлопок возделывается 79 крестьянами в плодородной местности вокруг долины Империал в центре Перу. Земледельцы получают деньги от шведского предприятия «Verner Frang», которое пообещало купить урожай хлопка, если крестьяне воздержатся от использования искусственных удобрений и ядохимикатов против болезней и вредителей.

Бизнес–идея

– Перуанские крестьяне занимаются земледелием без химикатов пару тысяч лет. Химикаты начали серьезно использоваться в 50-е годы, – говорит Стефан Бергман, вице-директор «Verner Frang» в Боросе, Швеция.

– Мы пробуем убедить крестьян вернуться к способу земледелия их предков, древней технологии инков, основанной на смене сельскохозяйственных культур, что вызвало у них значительный интерес. Тогда им не нужно выкладывать массу денег на искусственные удобрения и ядохимикаты.

Слова «хлопок без химикатов» журчат как весенний ручеек в ушах новообратившихся защитников природы и текстильщиков с чутьем к экологии и тенденциям развития, которые голодно смотрят на карту мира, пытаясь локализовать долину Канете.

Бу Оттоссон, представитель текстильной фабрики «Triconor AB» в Эстерсунде,



Швеция, – один из них. Для него соединение экологического сознания и новое рыночное мышление заложили основу для новой бизнес идеи. Он видит, как и многие другие, что экологический образ мышления руководит многими потребителями, и, разумеется, хочет на этом заработать.

Экскурсия

Но для него недостаточно того, что хлопковая пряжа отмечается знаком «KRAV» (тип экологической маркировки), или что «Greenpeace», общество защиты природы или Мировой фонд природы будут покупать майки из перуанского хлопка. Он хочет иметь гарантии того, что все идет правильно, для самого себя. От семечка до майки. Он не встречал смеющихся крестьян в Империале, однако он не хочет даже допустить и мысли о том, что над ним кто-то насмехается.

Прошлой весной он организовал поездку на хлопковые регионы в Перу. «Экспедиция чистый хлопок» проехалась и посмотрела на урожаи, очищение и прядильни. Стефан Бергман также отправился в эту поездку, как экскурсант. Все проходило в быстром темпе, но экскурсии на поля в долине Канете не было. Хлопок еще не был готов к сбору.

– Я почувствовал себя достаточно убежденным, прежде всего, после того как проверка показала, что в хлопковой пряже, поставляемой в Швецию, нет остатков ядохимикатов или тяжелых металлов, – говорит Бу Оттосон. – Но я не уверен полностью. Я не хочу инвестировать несколько миллионов и мою честь в проект, в котором есть пробои в системе контроля. Я хочу, чтобы была ясная процедура контроля, которая могла бы показать, что при выращивании не используется ничего недозволенного, поэтому я собираюсь создать свой собственный независимый контроль.

Идиллия трещит по швам

У Бу Оттоссона есть все причины, чтобы быть скептически настроенным. Магазин по продаже ядохимикатов находится в деревне не только для вида. По дороге в деревню мы останавливаемся у поля, где крестьянин Антонио Годой идет позади своей лошади, вспахивая часть из своих четырех гектаров. Они оба образуют пасторальную идиллию, которая благоухает свежим воздухом и чистой природой. Но идиллия начинает трещать по швам, когда я наступаю на синий пластиковый мешок, валяющийся у канавы. Когда я его приподнимаю, Антонио кричит, что я должен быть осторожен.

– Ты должен немедленно вымыть руки. В мешке была отрава. Свинцовый ацетат и другая гадость, что чешется. Антонио Годой знает, как следует обращаться с ядами, – гордо объясняет он. – Инженеры с больших владений вокруг научили его. Он сам выписывает, сколько ядов и искусственных удобрений должно использоваться.

«Все используют ядохимикаты»

– Все используют ядохимикаты, – говорит он. – Это необходимо, для того чтобы справиться со всеми видами слизняков и ночных бабочек, которые повреждают лист и коробочки на хлопковых растениях. Те, кто не опрыскивают, не только вредят своему собственному урожаю, но и помогают распространять насекомых и грибки на поле соседа.



Эдуардо Карбонелл и Видал Квиспе у магазина с химикатами кажутся настолько же убежденными.

– Не помогает просто срывать поврежденные растения и сжигать их. Мы выращиваем 5 га каждый в Сан Гиро, недалеко от Империала, и несмотря на то, что наши поля маленькие, мы не можем уберечь их от вредителей.

– Мы должны опрыскивать поля несколько раз, чтобы получить полноценный урожай. Так поступали наши отцы, и так будут делать наши сыновья. Те, кто утверждают обратное, не понимают, к чему могут привести слизняки.

Оба крестьянина отказались также от попытки с переменой культур на полях. Кукуруза, что некоторое время заменяла хлопок, тоже опрыскивалась, по их словам, так как кукуруза так же подвергается набегу вредителей.

Нельзя найти никаких следов

Хлопок может рассматриваться как наиболее опрыскиваемая культура в мире. Хотя хлопок выращивается только на 5 процентах от мировой пашни, на хлопковых полях используется до 11 процентов от общего объема сельскохозяйственных химикатов. Часть ядов не обнаруживается при контроле.

В долине Канете используется около 8 000 га для выращивания хлопка. Воду для орошения по большей части берут из реки Канеты и иногда из источников, где велик риск того, что вода содержит тяжелые металлы и химикаты от удобрений и ядов.

Экологический хлопок, «белый хлопок», который рекламируется на шведском рынке, поступает от 79 мелких крестьян, с которыми Стефан Бергман заключил контракт на своем предприятии «Verner Frang» на выращивание без химикатов на общей площади 300 га.

– Интерес возрастает среди крестьян. Они получают возможность брать кредит от нас под залог урожая, у них есть гарантированный покупатель и им не нужно выбрасывать деньги на химикаты и яды. Это означает, что их прибыль достигает 17-30 процентов, – говорит Стефан Бергман.

Непрошеная инспекция

Он пробует сам контролировать посадки два-три раза в год и считает, что инспекция, проводимая американской экологической организацией OCAIS, чье представительство есть в соседней Колумбии, удовлетворительна.

– Инспектор Луис Сифуентес приезжает из Боготы два раза в год без предварительного предупреждения. Он также берет пробы. Ни его организация, ни немецкие или голландские, не нашли и следа химикатов или ядов в нашем хлопке, – говорит Стефан Бергман. – Я полагаюсь на крестьян, но, конечно, не могу поклясться, что никого не нарушает договор.

Бу Оттоссон не так спокоен.

Я буду бороться за введение другой контрольной системы, не только при выращивании. Не должно оставаться места для подозрений, что оценка и протокол куплены. Конкуренция между разными контрольными органами должна быть отвергнута. Я хочу, чтобы экологическое сознание распространялось и до самых бедных крестьян, они должны получать больше денег, если станут выращивать без



химикатов, а не только использоваться, так как они нуждаются в кредитах и стабильном сбыте своей продукции.

Сессия 6. Влияние потребительских привычек на глобальные процессы.

Цель: проанализировать взаимосвязи в обществе и природе, связанные с существующими способами производства и потребления исходя из глобальной перспективы; стимулировать процесс генерации идей.

Время: 60 мин.

Необходимые материалы: тезисы для дискуссии; плакаты с надписями «Да» и «Нет»

Ход работы:

Работа выполняется в малых группах. Каждая группа получает задание проанализировать влияние потребительских привычек в определенной отрасли на глобальные процессы. Группа готовит для презентации перечень последствий неэкологичного потребления в данной отрасли, и предлагает способы потребления, которые уменьшают вредное воздействие на окружающую среду.

Примеры отраслей для анализа:

Группа №1 получает задание проанализировать влияние потребительских привычек в отрасли «бытовая химия».

Группа №2 – туризм.

Группа №3 – транспорт.

Группа №4 – индустрия развлечений.

Группа №5 – детские игрушки.

После каждой презентации участники дают обратную связь – насколько предложенные способы потребления снизят вредное воздействие на окружающую среду; реально ли их применение и т.п.

Для подведения итогов упражнения участники отвечают на вопрос «Может ли зеленое потребление спасти мир?», оценивая глобальные изменения, которые могли бы произойти, если бы были приняты способы потребления, предложенные группами.

Сессия 7. «Один в поле не воин» или перспективы развития зеленого потребления в Беларуси.

Цель: презентация белорусского опыта просветительской работы в области зеленого потребления; обсуждение возможностей распространения принципов зеленого потребления в Беларуси.

Время: 15 мин.

Необходимые материалы: компьютер, мультимедиапроектор, презентация в программе PowerPoint.



Ход работы.

Тренер проводит интерактивную лекцию, посвященную опыту образовательной и просветительской работы по теме "Зеленое потребление" в Беларуси, используя презентацию в *PowerPoint***.** Для подготовки презентации можно использовать материалы главы 4. Как вариант, возможно приглашение на семинар представителя общественной организации, у которой есть опыт распространения экогрупп или реализации проектов в области зеленого потребления. Контакты некоторых из этих организаций также можно найти в главе 4. Участники обсуждают возможности для распространения принципов зеленого потребления в Беларуси.

Сессия 8. Подведение итогов.

Цель: завершение тренинга, оценка содержания и процесса обучения.

Время: 15 мин.

Необходимые материалы: оценочные анкеты.

Тренер просит участников дать оценку содержанию или процессу обучения на семинаре, используя следующие вопросы: *Насколько полезен был тренинг для вас? Что было самое важное? Какое упражнение понравилось больше всего? Что бы вы добавили, если бы были тренером? Какие части программы можно усовершенствовать, каким образом?*

Письменная оценка дает возможность получения ответов почти от всех участников. Ее достоинством является также стандартизированный характер, облегчающий тренеру итоговую обработку и анализ эффективности семинара.

*На **с. 70** размещен пример оценочной анкеты. Вы можете копировать следующую страницу и использовать этот образец для оценки семинара, либо разработать собственную анкету, более соответствующую вашим потребностям.*



Оценочная анкета

1.Оцените, пожалуста, ваши общие впечатления от семинара:

плохо 1 2 3 4 5 6 7 очень хорошо

2. Оцените качество теоретического материала:

плохо 1 2 3 4 5 6 7 очень хорошо

3. Оцените качество практических занятий:

плохо 1 2 3 4 5 6 7 очень хорошо

4. Как вы планируете использовать полученные знания после тренинга?

____

____

____

____

____

5. Заинтересованы ли Вы в участии в работы экогруппы или в сотрудничестве с экологическими общественными организациями? Если да, то оставьте пожалуйста ваши контактные данные.

____

____

____

____

____

____

6. Как вы оценивате работу тренера:

плохо 1 2 3 4 5 6 7 очень хорошо

7. Другие комментарии:

Благодарим за сотрудничество!





Приложение к главе 4.

1. Форма для сбора информации по продуктам

<table>
<tr><td colspan="14">Изучение потенциально экологически дружественных товаров</td></tr>
<tr><td colspan="14">Магазин № 1
Адрес магазина</td></tr>
<tr><td>Торговая марка</td><td>Название продукта</td><td>Материал упаковки</td><td>Тип упаковки</td><td>Удобство и практичность упаковки</td><td>Консерванты</td><td>Ингридиенты Е</td><td>Красители</td><td>Особенности состава</td><td>Цена</td><td>Популярность</td><td>Примечания, собственное мнение</td><td>Объем (масса)</td><td>Контактная информация производителя (адрес, телефон)</td></tr>
<tr><td colspan="14">Поле для заполнения</td></tr>
<tr><td colspan="14">Магазин № 2
Адрес магазина</td></tr>
<tr><td>Торговая марка</td><td>Название продукта</td><td>Материал упаковки</td><td>Тип упаковки</td><td>Удобство и практичность упаковки</td><td>Консерванты</td><td>Ингридиенты Е</td><td>Красители</td><td>Особенности состава</td><td>Цена</td><td>Популярность</td><td>Примечания, собственное мнение</td><td>Объем (масса)</td><td>Контактная информация производителя (адрес, телефон)</td></tr>
<tr><td colspan="14">Поле для заполнения</td></tr>
</table>

Примечания

место проведения поиска (название магазина и его адрес);
материал упаковки (пластик, бумага, стекло, алюминий);
тип упаковки (пакет, стаканчик, бутылочка, банка....);
ингридиенты с кодовым названием "Е" (Е322, Е103 и др.)
особенности состава (специфические ингридиенты, генетически модифицированные компоненты, аллергены и др.).

2. Технология изготовления льняной сумки

Сумка состоит из двух деталей: ручка – 2 детали, боковая часть сумки – 2 детали.

Ход работы

- Детали ручек складываем вдоль пополам, заворачиваем края внутрь на 0,5 – 0,7см. Прострачиваем на машинке на расстоянии 0,2см от края.
- Детали сумки складываем изнаночными сторонами внутрь, прострачиваем на машинке на расстоянии 0,4 – 0,5 см. Проутюживаем.
- Полученную деталь выворачиваем, выправляем уголки, прострачиваем на машинке на расстоянии 0,6 – 0,7см. Проутюживаем.
- Верхний край сумки заворачиваем два раза. Первый раз на 2,5см, второй на 3см. Ручки располагаем на расстоянии 7 – 8см от краев.
- Прячем кончики ручек под верхний подвернутый край сумки и прострачиваем на машинке на расстоянии 3см от верхнего края сумки.
- Закрепляем ручки по верхнему краю сумки на расстоянии 0,2см.
- По желанию можно наносить логотип любого содержания. Для этого вырезается трафарет и наносится текст акриловой каской для ткани в соответствии с инструкцией.

Выкройка сумки



Проутюживаем готовую сумку.



Литература

1. Велигош Е. Выполнение положений Орхусской конвенции. Разработка и проведение обучения представителей гражданского общества. Пособие для тренера. – Киев, 2004.

2. Григальчик Е., Губаревич Д., Губаревич И. Обучение демократии: полезные «мелочи» для адукаторов. – Мн.: Социально-педагогическое общественное объединение «Чазения», 2006.

3. Калинин В. Ловушки экологического образования. // АсЭкО-Информ, 2000. – №31.

4. Калинин В. На пути к образованию для устойчивого развития. //Вестник АсЭкО. – №3, 2001. – режим доступа: http://aseko.ru/?type=publ&pid=2818#sessid

5. Калинин В. Формула экологического образования. // Экология и жизнь. 1996. – № 1 (1).

6. Корякина Н., Жевлакова М., Кириллов П., Парадоксы экологического образования. // Вестник АсЭкО. – режим доступа: http://aseko.ru/?type=publ&pid=282#sessid

7. Мальмберг К., Ольссон А. Зеленая перспектива. – The Keep Sweden Tidy//пер.со шведского и адаптация: общественное объединение "Экодом". – Мн.: Экодом., 2005.

8. Основы потребительских знаний. Учебное пособие. 2-е издание дополненное. // под ред. В.Б. Лиева, А.В. Суши. – Борисов, 2003.

9. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию. – М.: Прогресс, 1989.

10. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию. – М.: Прогресс, 1989.

11. Рябова Н., Новикова Т. Обучение демократии. В поисках гармонии: образование для устойчивого развития. – Мн.: Общественное объединение «Экодом», 2007.

12. Свидерская О., Никонович В. Центр равного обучения: идеи и методы. Пособие для координаторов. – Мн., 2007.

13. Фопель К. Технология ведения тренинга. Теория и практика. – М.: Генезис, 2003.

14. Экогруппа: качество жизни или Как спасти планету, не напрягаясь. Руководство по домашней экологии. – Мн.: Global Action Plan International (GAP), Общественное объединение «Экодом», 2007.

